

BAB II

TINJAUAN OBJEK DAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Objek

Acaraki Jamu merupakan sebuah *brand* inovasi terbaru dalam industri jamu yang menghadirkan pendekatan baru terhadap tradisi minum jamu di Indonesia dengan menggabungkan nilai-nilai dari kopi, teh, dan matcha dan mengusung konsep modern dalam penyajian jamu tradisional Indonesia, terutama beras kencur dan kunyit asam. Berdiri sejak tahun 2018, Acaraki Jamu tidak hanya memperkenalkan kembali nilai-nilai tradisional jamu tetapi juga mengintegrasikan elemen-elemen kontemporer dalam seluruh aspek operasinya. Hal ini tercermin dari pemilihan lokasi yang strategis, variasi menu inovatif, teknik produksi yang terinspirasi dari alat-alat peracik kopi, dan pengaturan ruang yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman konsumen. Pendekatan ini tidak hanya menarik bagi konsumen yang mencari nilai kesehatan tetapi juga bagi mereka yang menghargai pengalaman rasa yang intens dan variatif seperti yang ditawarkan dalam budaya minuman kopi modern.

2.1.1 Jenis Produk

Kafe Acaraki menawarkan dua seri menu utama yang membedakannya dari produk jamu tradisional lainnya:

1. Jamu *New Wave* (Modern): Seri ini menghadirkan inovasi dengan menambahkan bahan-bahan modern seperti air karbonasi, yoghurt, madu, lemon, biji selasih, dan lainnya ke dalam jamu beras kencur dan kunyit asam. Proses pembuatannya dilakukan dengan menggunakan teknologi dari alat-alat peracik kopi seperti *aeropress*, *syphon*, *moka pot*, dan *cold drip*. Pendekatan ini menciptakan pengalaman minum jamu yang segar, unik, dan cocok dengan tren gaya hidup modern. Adapun produk Acaraki yang termasuk dalam Jamu *New Wave* (modern), antara lain

- a. Saranti : Minuman yang terbuat dari lengkuas, *cream*, dan susu



Gambar 2.1.1 Saranti

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- b. *Golden Sparkling* : Minuman yang terbuat kunyit, tamarin, *sparkling water* dan *simple syrup*



Gambar 2.1.2 *Golden Sparkling*
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- c. Jaman Batu : Minuman yang terbuat dari jahe, madu, lemon, dan daun basil



Gambar 2.1.3 Jaman Batu

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- d. Berkesan : Minuman yang terbuat dari lengkuas dan santan



Gambar 2.1.4 Berkesan

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- e. Rigalize : Minuman yang terbuat dari lengkuas, *sparkling water* dan *simple syrup*



Gambar 2.1.5 Rigalize

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- f. *Dutch Jamu* : Minuman yang terbuat dari beras kencur/kunyit asam



Gambar 2.1.6 *Dutch Jamu*

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- g. Bereskrim : Minuman yang terbuat dari lengkuas dan diberi tambahan es krim



Gambar 2.1.7 Bereskrim
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- h. *Vanilla Twilight* : Minuman yang terbuat dari kunyi, tamarin dan diberi tambahan es krim



Gambar 2.1.492 *Vanilla Twilight*
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- i. Kuteja : Minuman yang terbuat dari kunyit, kurkuma dan jahe



Gambar 2.1.9 Kuteja
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

- j. *The Challenger* : Minuman yang terbuat dari sambiloto dan kurkuma



Gambar 2.1.10 *The Challenger*
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

2. *Specialty* Jamu (Tradisional): Seri ini menampilkan jamu beras kencur dan kunyit asam dengan menggunakan teknik penyeduhan seperti V60, mesin espresso manual, dan french press. Pendekatan ini memastikan bahwa jamu tradisional tetap autentik dalam rasa dan aroma, sekaligus menghadirkan pengalaman minum jamu yang mendalam. Adapun produk acaraki yang termasuk dalam *specialty* jamu adalah sebagai berikut.

a. Kunyit Asam (saring/light)



Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

Gambar 2.1.11 Kunyit Asam (saring/light)

b. Kunyit Asam (tubruk/*medium*)



Gambar 2.1.12 Kunyit Asam (tubruk/*medium*)
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

c. Kunyit Asam (pekat/*bold*)



Gambar 2.1.13 Kunyit Asam (pekat/*bold*)
Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

d. Beras kencur (saring/*light*)



Gambar 2.1.14 Beras Kencur (saring/*light*)

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

e. Beras kencur (tubruk/*medium*)



Gambar 2.1.15 Beras Kencur (tubruk/*medium*)

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

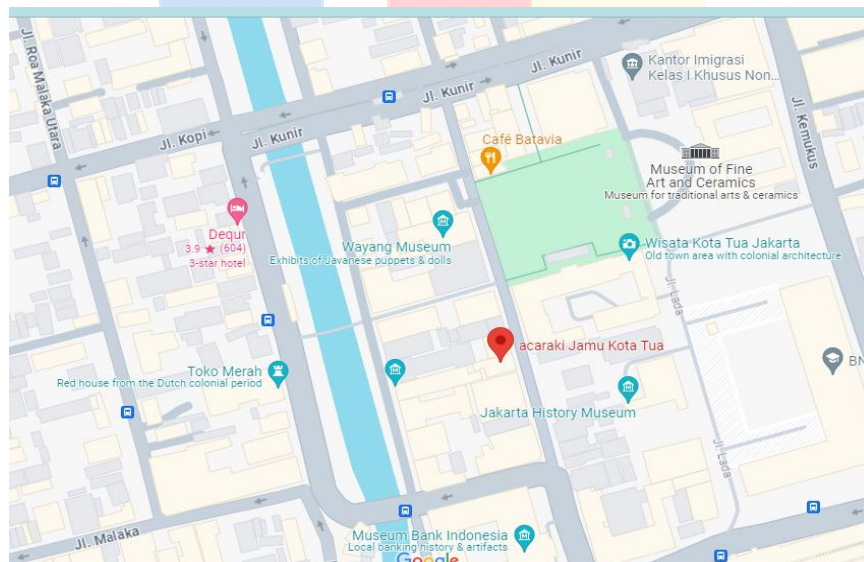
f. Beras kencur (pekat/*bold*)



Gambar 2.1.16 Beras Kencur (pekat/*bold*)

Sumber : Situs Kafe Acaraki (2024)

2.1.2 Lokasi/ Tempat



Gambar 2.2 1 Lokasi Acaraki, Kota Tua

Gedung Kerta Niaga 3, Kota Tua, Jakarta: Jl. Pintu Besar Utara No.11, RT.4/RW.6, Pinangsia, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat. Lokasi ini dipilih untuk mempertahankan keterkaitan dengan warisan budaya dan sejarah kota tua Jakarta,

sambil menawarkan suasana yang menarik bagi pengunjung yang menghargai tradisi dan inovasi.

2.1.3 Outlet

- *Outlet* kedua : Grand Indonesia, Jakarta Pusat: Berada di pusat perbelanjaan terbesar di Jakarta, Acaraki Jamu di sini menawarkan alternatif sehat dan modern bagi pengunjung yang mencari pengalaman minum jamu yang berbeda di tengah kesibukan metropolitan.
- *Outlet* ketiga : AEON Mall Tanjung Barat, Jakarta Selatan: Menyediakan akses mudah bagi konsumen di daerah selatan Jakarta, memberikan pengalaman yang nyaman dan menyegarkan setelah berbelanja.
- *Outlet* keempat : Landmark Pluit, Jakarta Utara: Berlokasi di pusat bisnis dan komersial Jakarta Utara, Acaraki di sini menawarkan suasana yang cocok untuk pertemuan informal atau bersantai setelah beraktivitas.
- *Outlet* kelima : Acaraki GAMA : terletak di Jalan Sekip Utara, Senolowo, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Setiap lokasi Acaraki didesain dengan cermat untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi pengunjung. Area bar, lesehan, dan pendopo semi-private menggabungkan elemen arsitektur tradisional dengan fasilitas modern, menciptakan ruang yang sesuai dengan nilai-nilai jamu tradisional Indonesia sambil menyesuaikan dengan kebutuhan pasar modern.

Dengan pendekatan yang holistik ini, Acaraki Jamu sukses menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan dengan kombinasi inovatif teknologi, nilai-nilai tradisional, dan pengalaman konsumen yang menyeluruh.

2.1.3 Lama Berkecimpung di Bidang

Acaraki didirikan oleh Jony Yuwono yang merupakan seorang inovator yang telah berkecimpung di dunia riset dan pengembangan produk dalam industri *f&b*, khususnya jamu. Sejak Jony bergabung dengan perusahaan PT. Sinde Budi Sentosa pada tahun 2011, ia mempelajari banyak ilmu mengenai jamu untuk lebih dari satu dekade. Ia memahami cara proses kerja pasar, produk, dan strategi

pemasaran yang efektif untuk jamu. Karena pengalamannya tersebut, ia membawa pengetahuan yang mendalam mengenai kekayaan tradisi jamu Indonesia.

Acaraki sendiri mulai beroperasi pada tahun 2018 dengan misi mengubah pandangan masyarakat tentang jamu, menjadikannya minuman modern yang menarik bagi generasi muda (Bisnis.com). Dalam waktu singkat, Acaraki berkembang pesat dan membuka dua cabang di Kota Tua dan Kemang, Jakarta Selatan. Inovasi dan pendekatan modern dalam penyajian jamu membuat Acaraki berhasil menarik minat konsumen. Dengan lebih dari sepuluh tahun pengalaman di industri *f&b*, Jony Yuwono dan tim Acaraki berkomitmen untuk terus berinovasi dan mengedukasi masyarakat mengenai manfaat jamu.

Visi jangka panjang mereka adalah menjadikan jamu sepopuler kopi, terutama di kalangan generasi muda. Melalui strategi pemasaran yang tepat dan pengembangan produk berkelanjutan, Acaraki bertekad mengubah industri jamu di Indonesia dan memperkenalkannya secara global sebagai minuman modern dan sehat (Acaraki.com). Dengan dedikasi yang kuat, Acaraki terus berkembang untuk mencapai visinya, menghadirkan jamu yang lebih diterima masyarakat luas, sambil menghormati dan merayakan tradisi budaya Indonesia (*Golden Sparkling*) (Bisnis.com).

2.1.4 Keunggulan Produk

Minuman jamu ini terbuat sepenuhnya dari bahan alami yang dikeringkan tanpa pengawet, pemanis, bahan kimia, atau aditif lainnya. Alat kopi digunakan untuk menyeduh minuman ini. Acaraki berkomitmen pada kualitas produk dari hulu sampai hilir. Mereka melakukan seleksi terus-menerus untuk mendapatkan bahan-bahan dari petani organik. Pengolahan setelah panen yang mencakup pemilihan, pencucian, pemotongan dan pengeringan bahan yang dilakukan secara higienis di pabrik yang telah memiliki standar tinggi GMP (*Good Manufacturing Practice*), Halal MUI dan ISO9001:2015.

Produk jamu wilwatikta juga dijual oleh Acaraki. Acaraki, seorang peracik jamu terkenal dari era Majapahit (Indonesia 1293–1500), membuat ramuan yang diyakini dapat meningkatkan kesehatan tubuh. Tim ahli mereka mengubah ramuan

jamu tradisional tersebut untuk membuat Wilwatikta dengan aturan farmasi dengan menggunakan riset intensif dan proses teknologi modern. Wilwatikta adalah minuman yang dibuat dengan bahan-bahan herbal terbaik untuk membantu tubuh tetap sehat. Jamu Wilwatikta murni alami dan tidak mengandung gula, bahan pengawet, atau bahan tambahan. Jamu Wilwatikta menawarkan pengalaman makan yang unik dan menyenangkan berkat konsep Jamu *Drip*.

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka untuk tugas akhir mengenai strategi bisnis kedai jamu modern adalah sebagai berikut

2.2.1 Tinjauan Literatur

Membangun dan mempertahankan sebuah bisnis bukan merupakan suatu hal yang mudah. Perlu strategi dalam proses menjalankannya dan mempertahankan sebuah bisnis. Menurut Marrus (2002), strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Bisnis adalah sebuah aktivitas yang menuju pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang atau usaha yang dilakukan perorangan maupun kelompok (Muhammad, 2002). Bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. dimana bisnis suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan tujuan dan menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Buchari Alma, 2014).

Strategi bisnis perusahaan merupakan langkah-langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan. Keunggulan bersaing dalam pasar akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan lebih besar daripada pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan (Hariadi, 2005). Strategi bisnis disebut juga sebagai strategi bisnis fungsional karena berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, seperti strategi pemasaran, strategi

distribusi, strategi produksi, strategi organisasi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan. (Rangkuti, 2006:7)

Strategi dibagi menjadi 2 jenis untuk menentukan kesuksesannya, yaitu *Distinctive competence* yang merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melaksanakan kegiatan lebih baik dibanding pesaingnya dan *competitive advantage* yang merupakan kegiatan spesifik yang dikembangkan perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Kegiatan dapat berupa penciptaan keunggulan bersaing sebagai strategi untuk merebut peluang pasar (Rangkuti, 2006:4). Strategi bisnis tidak hanya semata berkaitan dengan bagaimana bersaing dengan lawan bisnis ataupun kekuatan-kekuatan dalam pasar, melainkan juga mencakup strategi dalam fungsi-fungsi yang dijalankan perusahaan, dan bagaimana respon manajemen terhadap perubahan kondisi industri yang menyangkut banyak hal .

Dalam proses membangun dan mendirikan bisnis, diperlukan sebuah strategi untuk memasarkan produk yang dijual. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler,2009). Menurut John O'Shaughnessey (1984)², strategi pemasaran dapat dipandang sebagai cerminan bauran pemasaran dari keempat elemen yang mencakup produk, harga, promosi, dan distribusi. Keempat elemen ini merupakan faktor yang dalam batasan tertentu dapat dipengaruhi atau dikendalikan, dan syarat yang diperlukan untuk meraih keberhasilan. Mengetahui faktor kunci dalam bauran pemasaran sangat penting dalam menyusun strategi pemasaran karena hal itu berarti mengetahui apa yang harus ditekankan.

Menurut Kotler, Keller, Brady, Goodman, Hansen (2019), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kemudian mengenai elemen harga (*price*) diartikan sebagai sejumlah uang dimana konsumen membayar untuk memperoleh produk maupun jasa guna memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas produk. Kotler dan Amstrong (2018) menjelaskan ada beberapa indikator dalam menetapkan harga yaitu:

a. Keterjangkauan harga, adalah kemampuan konsumen dalam menjangkau harga produk yang ditetapkan oleh perusahaan.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, konsumen cenderung memilih harga yang lebih tinggi dengan adanya perbedaan kualitas.

c. Daya saing harga merupakan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk apabila manfaat yang dirasakan lebih tinggi atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat merupakan perbandingan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen terkait dengan manfaat yang dirasakan konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

Selanjutnya, untuk elemen promosi (*promotion*) didefinisikan sebagai sesuatu yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan membujuk pasar terkait dengan produk atau jasa yang baru melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Elemen keempat berbicara mengenai distribusi (*place*), yang merupakan tindakan dalam memilih dan mengelola saluran pemasaran produk /jasa dengan menggunakan kumpulan perusahaan / individu-individu yang membantu dalam pendistribusian produk/jasa dalam melayani pasar sasaran sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2.2.2 Tinjauan Referensi Video

Tabel 2. 1 Referensi Video

No	Judul Referensi	Link Video	Sumber
1	Yuk Kita Lihat Acaraki, Jamu Viral yang berkonsep Kekinian Banget	https://www.youtube.com/watch?v=yKq7qvdAeQE	Youtube
2	Acaraki - Cafe Kekinian Yang	https://www.youtube.com/watch?v=ScLI43S_pjw	Youtube

	Mempopulerkan Jamu Tradisional Indonesia		
3	Usaha Jamu Kekinian	https://www.youtube.com/watch?v=yAte7r9_sG0	Youtube
4	Minum Jamu ala Kafe Kekinian di Acaraki	https://www.youtube.com/watch?v=qKyuYqnVQ9Y	Youtube
5	Beras Kencur Acaraki The Art Of Jamu	https://www.youtube.com/watch?v=4GIRjed-4to	Youtube
6	Keunikan Jamu di Acaraki, Di Proses dengan Teknik Pembuatan Kopi	https://www.youtube.com/watch?v=hcRysyp0ZL0	Youtube
7	Serunya Mengenal Benda Bersejarah dan Meminum Jamu Tradisional di Kafe Acaraki	https://www.youtube.com/watch?v=xb1eD_4pTgk	Youtube
8	Acaraki - Cafe Kekinian Yang Mempopulerkan Jamu Tradisional Indonesia	https://www.youtube.com/watch?v=ScLI43S_pjw	Youtube

9	Meramu Cerita Jamu	https://youtu.be/wEaLbnavsmA? si=LJeRdkkm23Bi6RjE	Youtube
---	--------------------------	--	---------

