



ANALISIS TREND DAN PELUANG BISNIS PRODUK HERBAL

Dian Widyaningtyas

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Purwokerto, Indonesia*

Email: dianoer@gmail.com

Abstrak

Herbal merupakan jenis tanaman yang mengandung saripati dan zat aktif yang dapat digunakan untuk pengobatan. Industri produk herbal berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis tren untuk melihat kecenderungan perkembangan produk herbal pada tahun 2026. Hasil analisis deskriptif menunjukkan adanya prosentase kenaikan pada nilai produk domestik Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional untuk tahun 2017-2021. Peningkatan yang tinggi ditunjukkan dengan capaian 0,14% pada tahun 2021. Lebih lanjut hasil analisis tren menunjukkan bahwa di tahun 2025 perkiraan tren PDB harga berlaku mencapai 591.154,46 milyar rupiah dan meningkat senilai 643.757,22 milyar rupiah pada tahun 2026. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dengan kekayaan *biodiversity* mempunyai peluang yang besar dalam mengembangkan usaha produk herbal.

Kata Kunci : Tren, Produk Herbal, Bisnis, Peluang.

Abstract

Herbs are a type of plant that contains essence and active substances that can be used for treatment. The herbal products industry has developed rapidly in recent years. This research uses quantitative descriptive analysis and trend analysis to see trends in the development of herbal products in 2026. The results of the descriptive analysis show that there is a percentage increase in the value of domestic products from the Chemical, Pharmaceutical, and Traditional Medicine Industries for 2017-2021. The high increase is shown by achieving 0.14% in 2021. Furthermore, the results of trend analysis show that in 2025 the estimated GDP trend at current prices will reach 591,154.46 billion rupiah and increase by 643,757.22 billion rupiah in 2026. This shows that Indonesia, with its diverse biodiversity, has great opportunities to develop herbal product businesses.

Keywords: Trends, Herbal Products, Business, Opportunities.

PENDAHULUAN

Industri produk herbal berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Herbal merupakan jenis tanaman yang mengandung saripati dan zat aktif yang dapat digunakan untuk pengobatan. Oleh karena itu, herbal dikenal sebagai tanaman obat. Tanaman herbal telah diteliti oleh ahli farmasi bermanfaat bagi pemeliharaan kesehatan dan penyembuhan berbagai penyakit. Pemanfaatan produk herbal telah tumbuh pesat pada bidang kesehatan (Ismail & Sani 2016; Brown & Emmet, 2009; Ali & Yadav, 2015).

Penggunaan produk obat herbal dan suplemen telah meningkat pesat tiga dekade terakhir dengan tidak kurang dari 80% orang di seluruh dunia mengandalkan herbal untuk beberapa bagian dari perawatan kesehatan primer (Ekor, 2014). Herbal dikenal sebagai *phytomedicine* atau obat nabati, yang karena khasiatnya telah banyak digunakan sejak zaman dahulu secara turun temurun. Jenis tanaman herbal digunakan secara tunggal atau sebagai ramuan dengan jenis tanaman lain. Di Indonesia, hingga abad ke-19, tanaman obat merupakan sarana pilihan utama masyarakat tradisional.

Tabel 1. Penelitian Terkait Produk Herbal

Authors	Findings
Widyaningtyas <i>et al.</i> , 2023	Kesadaran akan kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan produk herbal
Ismail & Sani, 2015	Beberapa faktor berpengaruh dalam pembelian herbal yaitu attitude, social influence, dan perceived benefit.
Ekor, 2014	Keamanan terus menjadi masalah utama dengan penggunaan herbal, terkait toksisitas dan pemantauan yang efektif atas keselamatan.
Rezei, 2013	Variabel demografis sangat penting dalam mempertimbangkan pembelian. Terdapat anteseden kepercayaan, kualitas produk herbal, risiko yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan.
Natchaya & Siriluck, 2010	Faktor-faktor yang berdampak pada peningkatan loyalitas herbal, seperti sikap yang baik dan kualitas dalam membeli produk herbal secara online
Brown & Emmet, 2009	Konsumsi herbal dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan ras.
Sharma, <i>et.al</i> 2008	Obat herbal populer di India. Satu-satunya alasan popularitas dan penerimaan adalah keyakinan bahwa semua produk alami aman.
Firenzuoli, F & Gori, L., 2007	Penilaian kemanjuran (<i>efficacy</i>) dan keamanan herbal harus didasarkan pada pola obat klinis. Penggunaan herbal tergantung juga pada tradisi atau kepercayaan.

Penelitian terkait produk herbal mengkaji beberapa hal, seperti faktor yang mempengaruhi permintaan akan produk, perkembangan produk herbal, perilaku

konsumen pada produk herbal, regulasi produk herbal, preferensi konsumen, maupun manfaat dari produk herbal. Beberapa penelitian tentang produk herbal tersaji pada tabel 1.

Tabel 1 di atas menunjukkan beberapa alasan, konsumen dalam menggunakan produk herbal. Penelitian Firenzuoli & Gori (2007) menyampaikan bahwa penggunaan herbal tergantung juga pada tradisi atau kepercayaan. Lebih khusus di Indonesia, berdasarkan penggunaan tradisionalnya, jamu dikembangkan menjadi bentuk terapi yang rasional, oleh para praktisi herbal dan dalam bentuk obat-obatan farmasi (Elfahmi, 2014). Meskipun demikian, faktor keamanan menjadi sorotan masyarakat ketika akan menggunakan produk herbal. Keamanan menjadi masalah utama, terkait toksisitas dan pemantauan yang efektif atas keselamatan konsumen (Ekor, 2014).

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen (*customer behavior*) merupakan studi tentang pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide - ide. Seorang individu dapat menunjukkan kecenderungan perilaku tertentu sesuai dengan kebutuhan, keyakinan, ataupun tingkat kepentingan yang ingin dicapai. Dalam konteks produk herbal, seseorang cenderung mengarahkan dirinya pada perilaku yang mampu melindungi dirinya dari kerentanan terhadap penyakit. Motivasi untuk melindungi dirinya dimana rasa khawatirlah yang digunakan untuk mengontrol atau mengubah perilaku tersebut.

Perhatian konsumen terhadap keamanan produk cukup tinggi mengingat herbal merupakan produk yang erat kaitannya dengan kesehatan. Konsumen bersedia untuk membeli suatu produk apabila terdapat informasi yang dapat dipercaya. Informasi yang diperoleh tersebut akan mengurangi persepsi negatif atau keraguan konsumen dalam menggunakan produk. Produk herbal telah muncul sebagai pilihan umum di antara terapi perawatan mandiri (Miller, 2000). Sebagian besar responden menyebutkan bahwa produk herbal terbuat dari bahan alami dan tidak dihadapkan pada efek samping (Saokaew *et al.*, 2011).

Namun demikian, tidak semua orang mengerti herbal dengan baik. Herbal oleh sebagian masyarakat masih dianggap sebagai pengobatan kuno, mempunyai daya kerja

kurang optimal, ataupun sebagai pelengkap pengobatan. Padahal saat ini telah muncul herbal terstandar, yang diolah dengan baik, bersih dan dihasilkan dari riset ilmiah.

Seiring dengan kondisi pandemi covid tahun lalu, perhatian masyarakat pada kesehatan dirinya semakin meningkat. Orang cenderung makin sadar akan pentingnya kesehatan dan berusaha menjaga kesehatannya dengan baik. Beberapa orang memilih menggunakan suplemen makanan untuk memperkuat daya tahan tubuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana trend konsumen pada produk herbal. Perkembangan produk herbal diamati dari prosentase penjualan produk dalam beberapa tahun terakhir. Tingkat konsumsi produk herbal dan penjualan produk akan menunjukkan trend dan peluang produk herbal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari dan menarik kesimpulan dari fenomena dengan menggunakan angka-angka. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan, mengkaji dan menjelaskan suatu fenomena dengan data angka.

Analisis deskriptif

Analisis deskriptif dihitung dengan persentase kenaikan (%) sebagai berikut :

$$PK = \frac{Nb - Na}{Na} \times 100\%$$

Keterangan :

PK = Persentase Kenaikan

Nb = Nilai Akhir

Na = Nilai Awal

Analisis Trend

Analisis Trend adalah suatu gerakan kecenderungan naik atau turun dalam jangka panjang yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Tidak ada

batasan waktu minimum, namun ada kecenderungan umum untuk menilai tren dengan durasi yang lebih lama. Analisis tren dapat berupa tren naik atau tren pasar *bullish*, yaitu kondisi yang menunjukkan bahwa pasar sedang bergerak naik. Tren naik dapat terjadi bersamaan dengan adanya perubahan positif dalam suatu model bisnis. Di sisi lain analisis tren dapat berupa tren turun atau tren pasar *bearish*. Jenis tren ini menunjukkan kondisi pasar bergerak ke bawah, biasanya tren turun terjadi ketika ada puncak dan posisi grafik yang rendah dalam data (Herawati, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia mempunyai warisan budaya bangsa yang perlu dilestarikan. Kekayaan hayati yang beraneka ragam merupakan sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan untuk memproduksi produk-produk kesehatan yang berasal dari alam. Indonesia menduduki peringkat kedua untuk biodiversity, dengan kekayaan yang melimpah ini, lebih dari 90 persen bahan baku tradisional bisa didapat di Indonesia (Liputan6.com, 2024).

Dalam *release* BPOM, hingga Juli 2022, terdapat 1.161 sarana bahan alam. Dari jumlah tersebut telah diproduksi lebih dari 14.000 *item* produk obat dalam bentuk jamu, obat herbal terstandar, maupun fitofarmaka. Dengan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, produk herbal telah dikembangkan menjadi Obat Herbal Terstandar (OHT) dan Fitofarmaka (Pom.go.id, 2024). Masyarakat yang mempunyai kekhawatiran ketika akan menggunakan produk herbal, dapat memilih herbal yang telah terstandar karena mempunyai komposisi yang telah melalui uji klinis dan diproses secara ilmiah. Produk herbal yang telah terstandar mempunyai nilai jual yang lebih di pasar domestik dan internasional.

Pada masa pandemi Covid-19, permintaan suplemen kesehatan dari produk herbal semakin meningkat guna menjaga kesehatan tubuh. Masyarakat mempunyai kesadaran akan kesehatan yang tinggi, *health awareness* berpengaruh positif pada minat seseorang dalam menggunakan produk herbal (Widyaningtyas *et. al*, 2023). Lebih lanjut disampaikan bahwa industri herbal mencapai level tertingginya dalam 9 tahun terakhir dengan adanya pandemi (Kusnandar, 2022), hal ini diperkuat oleh data dari Biro Pusat Statistik (BPS) yang mencatat nilai produk domestik (PDB) sub sektor industri kimia,

farmasi dan obat tradisional atas dasar harga berlaku pada tahun 2021 mencapai Rp339,18 triliun (Databoks, 2022).

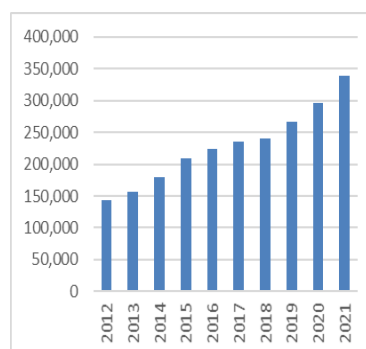
Tabel 2.
Nilai Produk Domestik
Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional (2011-2021)

No	Tahun	PDB Harga Berlaku/Milyar Rupiah
1	2012	143.460,2
2	2013	157.042,1
3	2014	180.037,2
4	2015	209.788,2
5	2016	223.404,7
6	2017	236.192,9
7	2018	239.678,0
8	2019	265.925,1
9	2020	296.710,3
10	2021	339.183,4

Sumber : Databoks (2022), diolah

Data tersebut menunjukkan nilai produk domestik pada sub sektor industri obat-obatan termasuk obat tradisional meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini didukung oleh kondisi alam Indonesia yang mempunyai lebih dari 40 ribu *species* dengan 30 ribu tanaman yang mengandung khasiat obat.

Gambar 1.
Grafik Nilai PDB Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional (2011-2021)



Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (BPS), sepanjang 2022 Indonesia telah mengeksport tanaman obat, aromatik, dan rempah-rempah seberat 279,3 ribu ton. Kondisi ini meningkat sebesar 5,55% dari tahun sebelumnya, dengan nilai total ekspor mencapai

US\$ 607,86 miliar (Liputan6.com, 2024).

Berdasarkan tabel 2, deskriptif analisis dilakukan pada kurun waktu 2017-2021. Pada tahun 2017, Nilai produk domestik Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional mengalami peningkatan sebesar 12.788,2 atau sebesar 0,05%. Sedangkan pada tahun 2018, kenaikan sebesar 3.485,1 terjadi pada Nilai produk domestik Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional atau sebesar 0,02%. Peningkatan pada 2019 ditunjukkan dengan angka sebesar 26.247,1 atau 0,10%. Selanjutnya di tahun 2020, Nilai produk domestik Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional mengalami kenaikan sebesar 30.785,2 atau 0,12%. Peningkatan terlihat semakin tinggi pada tahun 2021 yaitu senilai 42.473 yaitu 0,14%.

Dari hasil analisis deskriptif, prosentase kenaikan dari tahun ke tahun pada Nilai produk domestik Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional untuk tahun 2017-2021 mengalami peningkatan yang tinggi, yaitu dari 0,02% pada 2017 menjadi 0,14% pada tahun 2021.

Guna melihat lebih akurat tren pada nilai produk domestik sub sektor industri kimia, farmasi dan obat tradisional, di lakukan analisis tren pada kurun waktu lima tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 3
Analisis Tren Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional
Tahun 2017-2021

Thn	Y	X	X ²	Xy
2017	236.192,9	-2	4	-472.385,8
2018	239.678,0	-1	1	-239.678,0
2019	265.925,1	0	0	0
2020	296.710,3	+1	1	296.710,3
2021	339.183,4	+2	4	678.366,8
	1377689,7	0	10	263013,8

Sumber : data diolah, 2024

Persamaan

$$Y = a + bx$$

$$a = \Sigma y/n$$

$$= 1.377.689,7/5$$

$$= 275.537,9$$

$$b = \Sigma xy/x^2$$

$$= 263.013,8/10$$

$$= 26.301,38$$

Diperoleh nilai a yaitu 275.537,9 dan nilai b adalah 26.301,38. Dari data tersebut diinput persamaan tren sebagai berikut :

Rumus persamaan trend :

$$Y = a + bx$$

$$Y = 275.537 + 26.301 x$$

Tabel 4
Perkiraan Trend Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional
Tahun 2022-2026

2022	6	275.537,9	26.301,38	433.346,18
2023	8	275.537,9	26.301,38	485.948,94
2024	10	275.537,9	26.301,38	538.551,70
2025	12	275.537,9	26.301,38	591.154,46
2026	14	275.537,9	26.301,38	643.757,22

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan Tren Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional. Pada tahun 2025 perkiraan tren PDB harga berlaku mencapai 591.154,46 milyar rupiah dan di tahun 2026 nanti akan menembus angka 643.757,22 milyar rupiah.

Hal ini menunjukkan Indonesia dengan *biodiversity* yang beranekaragam mempunyai peluang yang besar dalam mengembangkan usaha obat-obatan herbal. Potensi ini membuka peluang bagi obat herbal atau yang di Indonesia dikenal dengan

jamu, untuk mengembangkan ekspansi yang berorientasi ekspor agar bisa menjadi komoditi andalan di pasar global. Penjualan jamu dan obat herbal nasional di Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan mencapai Rp 23 triliun. (Liputan6.com, 2024).

Peluang ekspor juga ditunjukkan dari tingginya permintaan produk herbal secara internasional. WHO memprediksi permintaan tanaman obat dapat mencapai nilai USD5 triliun pada tahun 2050 (Liputan6.com, 2024). Pada tahun 2022, China merupakan tujuan utama ekspor tanaman obat nasional dengan volume mencapai 47,7 ribu ton atau mencapai US\$121,97 miliar. Disusul India, dengan volume 37,84 ribu ton dan nilai US\$83,66 miliar. Negara tujuan ekspor tanaman obat terbesar berikutnya adalah Thailand dengan volume 22,58 ribu ton dan nilai US\$37,87 miliar. Selanjutnya, Amerika Serikat dan Bangladesh dengan nilai US\$69,7 miliar dan US\$14,79 miliar.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tren permintaan produk herbal mengalami peningkatan dilihat dari nilai produk domestik pada sub sektor industri obat-obatan. Nilai PDB Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional mengalami peningkatan dari tahun 2017-2021 dan Nilai Tren Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional pada tahun 2025 diperkirakan mencapai 591.154,46 milyar rupiah dan akan menembus angka 643.757,22 milyar rupiah di tahun 2026. Hal ini karena tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan yang semakin tinggi, dengan lebih memanfaatkan tanaman herbal sebagai obat untuk mengatasi masalah-masalah terkait kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I. & Yadav, M. (2015). A Study of Consumer Perception of Herbal Products in Bhopal (with Special Reference to Vindhya Herbal Products). *International Journal of Management Studies*, 2 (1), 69-80. <https://www.researchgate.net/publication/325895625>
- Annur, C. M. 2023. Tiongkok hingga AS Negara Tujuan Ekspor Tanaman Obat RI. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/04/tingkok-hingga-as-ini-negara-tujuan-ekspor-tanaman-obat-ri-pada-2022>
- Badan POM. 2022. Wujudkan kemandirian nasional penyediaan bahan baku yang bermutu untuk obat bahan alam yang berdaya saing. <https://www.pom.go.id/siaranpers/wujudkan-kemandirian-nasional-penyediaan-bahan-baku-yang-bermutu-untuk-obat-bahan-alam-yang-berdaya-saing>
- Brown, B. S., Emmett, D., & Chandra, A. (2009). Attitudes and behavior of african-americans regarding the consumption of herbal products - An exploratory study.

- Journal of Hospital Marketing and Public Relations*, 19(1), 40–51.
<https://doi.org/10.1080/15390940802581655>
- Ekor, M. (2014). The growing use of herbal medicines: issues relating to adverse reactions and challenges in monitoring safety. *Frontiers in Pharmacology*, 4(January), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fphar.2013.00177>
- Elfahmi, Woerdenbag, H. J., & Kayser, O. (2014). Jamu: Indonesian traditional herbal medicine towards rational phytopharmacological use. *Journal of Herbal Medicine*, 4(2), 51–73. <https://doi.org/10.1016/j.hermed.2014.01.002>
- Ismail, S., & Mokhtar, S. S. (2015). The antecedents of herbal product actual purchase in Malaysia. *Management Science Letters*, 5, 771–780. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2015.5.011>
- Kusnandar, V. B. 2022. Industri Kimia Farmasi dan Obat Tradisional terus tumbuh di masa Pandemi Covid19. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/29/industri-kimia-farmasi-dan-obat-tradisional-terus-tumbuh-di-masa-pandemi-covid-19>
- Kosasih, D.T. 2021. Pandemi Covid19 Permintaan Obat Meningkat. <https://www.liputan6.com/saham/read/4608061/pandemi-covid-19-permintaan-obat-herbal-meningkat-t?page=3>
- Miller, L. G., Hume, A. L., & Harris, I. M., Jackson, E. & Kanmaz, T. J., Cauffield, J., Chin, T., & Knell, M. (2000). White Paper on Herbal Products. *Pharmacotherapy*, 20 (7), 877-891. <https://doi.org/10.1592/phco.20.9.877.35200>.
- Rizaty, M. A. 2022. Tanaman Obat dan Rempah RI laku Triliunan Rupiah di Pasar Global. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/18/tanaman-obat-dan-rempah-ri-laku-triliunan-rupiah-di-pasar-global>
- Saokaew, S., Suwankesawong, W., Permsuwan, U., & Chaikunapruk, N. (2011). Safety of herbal products in Thailand: An analysis of reports in the thai health product vigilance center database from 2000 to 2008. *Drug Safety*, 34(4), 339–350. <https://doi.org/10.2165/11586590-000000000-00000>
- Widyaningtyas, D., Untoro, W., Setiawan, A. I., & Wahyudi, L. (2023). Health awareness determines the consumer purchase intention towards herbal products and risk as moderator. *Contaduría Administración*, 68(3), 396. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3426>