

PENGEMBANGAN MODEL BISNIS DAN STRATEGI KOMERSIALISASI *HAIR TONIC* BERBASIS EKSTRAK URANG-ARING DAN TEH HIJAU

FAZILA YASMIN MAULANA



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK DAN TEKNOLOGI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “Pengembangan Model Bisnis dan Strategi Komersialisasi *Hair Tonic* Berbasis Ekstrak Urang-Aring dan Teh Hijau” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2026

Fazila Yasmin Maulana
F3401221007



ABSTRAK

FAZILA YASMIN MAULANA. Pengembangan Model Bisnis dan Strategi Komersialisasi *Hair Tonic* Berbasis Ekstrak Urang-Aring dan Teh Hijau. Dibimbing oleh HARTRISARI HARDJOMIDJOJO dan FARAH FAHMA.

Kerontokan rambut dialami oleh 64,7% masyarakat Indonesia usia 16–35 tahun, sementara permintaan terhadap produk perawatan rambut berbahan alami terus meningkat. PT Ekstrak Alam Germilang mengembangkan *hair tonic* berbasis urang-aring (*Eclipta alba* L.) dan teh hijau (*Camellia sinensis* L.) sebagai produk baru berbahan alami lokal. Penelitian ini bertujuan merancang model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) serta menentukan strategi komersialisasi melalui *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Data diperoleh melalui survei kebutuhan konsumen terhadap 202 responden, uji hedonik komparatif terhadap 30 responden, diskusi dengan mitra, penilaian empat pakar pemasaran untuk AHP, serta pengujian eksploratif pada platform Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce*, khususnya Shopee, merupakan kanal distribusi utama yang dipilih 83,33% responden. AHP mengidentifikasi Shopee *Affiliate* sebagai strategi promosi prioritas dengan bobot global 0,309, didorong oleh kriteria kesesuaian dengan target konsumen bahan alami sebagai pertimbangan tertinggi (bobot 0,352). Harga pokok produksi ditetapkan sebesar Rp12.431 per unit dengan harga jual Rp50.000 per botol 100 ml. Pengujian awal pada Shopee selama tujuh hari menghasilkan tingkat penambahan ke keranjang sebesar 40,48% dan CTR sebesar 15,38% tanpa intervensi promosi, mengindikasikan potensi penerimaan pasar awal yang baik.

Kata kunci: *Analytical Hierarchy Process*, *Business Model Canvas*, *hair tonic*, strategi komersialisasi, urang-aring

@Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRACT

FAZILA YASMIN MAULANA. Business Model Development and Commercialization Strategy of *Hair Tonic* Based on Urang-Aring and Green Tea Extracts. Supervised by HARTRISARI HARDJOMIDJOJO and FARAH FAHMA.

Hair loss affects 64.7% of Indonesians aged 16–35, while demand for natural-ingredient hair care products continues to grow. PT Ekstrak Alam Germilang developed a *hair tonic* based on urang-arang (*Eclipta alba* L.) and green tea (*Camellia sinensis* L.) as a new, locally sourced natural product. This study aimed to design a business model using the *Business Model Canvas* (BMC) framework and to determine a commercialization strategy through the *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Data were collected through a consumer needs survey of 202 respondents, a comparative hedonic test with 30 respondents, discussions with the partner company, assessments from four marketing experts for the AHP, and exploratory testing on the Shopee platform. Results indicated that e-commerce, particularly Shopee, was the preferred distribution channel among 83.33% of respondents. The AHP identified Shopee *Affiliate* as the priority promotion strategy with a global weight of 0.309, driven by the criterion of alignment with natural-ingredient target consumers as the highest-weighted consideration (weight 0.352). The cost of production was calculated at IDR 12,431 per unit, with a selling price of IDR 50,000 per 100 ml bottle. A seven-day preliminary test on Shopee yielded an add-to-cart rate of 40.48% and a click-through rate of 15.38% without any promotional intervention, indicating favorable early market acceptance.

Keywords: *Analytical Hierarchy Process, Business Model Canvas, commercialization strategy, hair tonic, urang-arang*



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGEMBANGAN MODEL BISNIS DAN STRATEGI KOMERSIALISASI *HAIR TONIC* BERBASIS EKSTRAK URANG-ARING DAN TEH HIJAU

FAZILA YASMIN MAULANA

Tugas Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Teknik pada
Program Studi Teknik Industri Pertanian

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK DAN TEKNOLOGI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tugas Akhir:

1. Prof. Dr. Ir. Ono Suparno, S.TP., M.T.
2. Dr. Rini Purnawati, S.TP., M.Si.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Tugas Akhir : Pengembangan Model Bisnis dan Strategi Komersialisasi
Hair tonic Berbasis Ekstrak Urang-Aring dan Teh Hijau
Nama : FAZILA YASMIN MAULANA
NIM : F3401221007

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo, D.E.A.

Pembimbing 2:

Prof. Dr. Farah Fahma, S.TP., M.T.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi Teknik Industri Pertanian

Prof. Dr. Ir. Ono Suparno, S.TP., M.T.

NIP. 197212031997021001

Tanggal Ujian:
07 Juli 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian yang dilaksanakan sejak Februari 2026 hingga Juni 2026 ini mengangkat tema pengembangan model bisnis dan komersialisasi produk berbasis bahan alami, dengan judul “Pengembangan Model Bisnis dan Strategi Komersialisasi *Hair tonic* Berbasis Ekstrak Urang-Aring dan Teh Hijau”.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo, D.E.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta dukungan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Farah Fahma, S.T., M.T. selaku PIC proyek sekaligus mitra penelitian yang telah memberikan kesempatan, arahan, serta dukungan dalam pelaksanaan penelitian.
3. Seluruh tenaga kependidikan dan staf laboratorium yang telah membantu dan memberikan dukungan selama pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data.
4. Alysha Zahra Anindya dan Firli Nuraeni selaku rekan dalam proyek penelitian yang telah memberikan bantuan, kerja sama, dan semangat selama pelaksanaan kegiatan penelitian.
5. Kedua orang tua tercinta, Firmansyah Maulana dan Dewi Pursita Agustini, serta adik-adik tersayang, Rizla Maulana, Rahmat Adly Maulana, dan Muhammad Hafiz Maulana, atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang, yang tidak pernah putus selama penulis menempuh pendidikan.
6. Muhammad Athourrohman yang senantiasa memberikan dukungan, doa, semangat, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.
7. Teman-teman Teknik Industri Pertanian angkatan 59 (TINITI 59), khususnya Marsaully Parawyta Silalahi, Naura Nadhiefa Kurniawan, Nabilah Ditta Astari, Muhammad Fadhlhan Herdiansyah, Cecilia Ruth Stefany Pasaribu, Raden Perdana Kusuma Atmaja, Muhammad Fauzan, Abdun Salam, Muhammad Bian Wahyu Nugroho, Naufal Al Farizi, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas kebersamaan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Bogor, Juni 2026

Fazila Yasmin Maulana



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Perawatan Rambut dan <i>Hair tonic</i>	5
2.2 Bahan Aktif	6
2.3 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	7
2.4 <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	8
2.5 Strategi Komersialisasi	9
III METODE	10
3.1 Waktu dan Tempat	10
3.2 Tahapan Desain Keteknikan	10
3.3 Alat dan Bahan	13
3.4 Prosedur Kerja	13
3.5 Analisis Data	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Eksplorasi Konsumen dan Pasar	19
4.2 Pengembangan Model Bisnis Produk <i>Hair tonic</i>	29
4.3 Validasi dan Penyempurnaan Model Bisnis	31
4.4 Pengembangan Strategi Komersialisasi Produk	40
4.5 <i>Business Model Canvas</i> Final	45
4.6 Evaluasi Penerimaan Pasar Awal	47
4.7 Implikasi Manajerial dan Rekomendasi Strategi Komersialisasi	49
4.8 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Pengembangan	51
V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	58
RIWAYAT HIDUP	81