

# **Business Development Strategy for Herbal Drink MSMEs in the Perspective of Islamic Business Ethics in Depok**

By Ahmad Ruslan

## **Abstract**

*Over time, Indonesian people's awareness of health has increased, making herbal drinks an alternative to a healthy lifestyle. However, MSMEs face stiff competition with other popular drinks. This study aims to analyze the business development strategy of MSMEs for aloe vera herbal drinks in Pengasinan, Depok, to formulate an effective strategy that is in accordance with Islamic business ethics. This study is qualitative with a SWOT analysis approach accompanied by a Business Model Canvas (BMC). This study shows that Herbavera is in quadrant II of the SWOT quadrant, indicating external threats but with significant internal strengths. In quadrant I of the IE matrix, Herbavera is in a grow and build position, so growth strategies such as increasing production, expanding the market, and continuous innovation are the focus. The Business Model Canvas (BMC) is used to strengthen business activities, optimize distribution through social media and e-commerce, and target consumers who are aware of a healthy lifestyle and halal products. This strategy is in line with the principles of Islamic Business Ethics, encouraging Herbavera to build a sustainable and fair business.*

**Keyword:** *business model canvas, herbal drinks, islamic business ethics, SWOT analysis*

# Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Minuman Herbal Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Depok

Oleh Ahmad Ruslan

## Absrak

Seiring berjalannya waktu, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kesehatan meningkat, menjadikan minuman herbal sebagai alternatif gaya hidup sehat. Namun, pelaku UMKM menghadapi persaingan ketat dengan minuman lain yang populer. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan bisnis UMKM minuman herbal lidah buaya di Pengasinan, Depok, untuk merumuskan strategi yang efektif dan sesuai dengan etika bisnis Islam. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT disertai *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian ini menunjukkan bahwa Herbavera berada di kuadran II pada kuadran SWOT, menunjukkan ancaman eksternal tetapi dengan kekuatan internal yang signifikan. Di kuadran I pada matriks IE, Herbavera berada dalam posisi grow and build, sehingga strategi pertumbuhan seperti peningkatan produksi, perluasan pasar, dan inovasi berkelanjutan menjadi fokus. *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk memperkuat aktivitas bisnis, mengoptimalkan distribusi melalui media sosial dan *e-commerce*, serta menargetkan konsumen yang sadar akan gaya hidup sehat dan produk halal. Strategi ini selaras dengan prinsip Etika Bisnis Islam, mendorong Herbavera membangun usaha yang berkelanjutan dan adil.

**Kata kunci:** analisis SWOT, *business model canvas*, etika bisnis islam, minuman herbal