

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TEH DAUN SIRSAK SADAPUTEA PADA UKM MAFAHIM GORONTALO DESA HELUMO KECAMATAN MOOTILANGO KABUPATEN GORONTALO

Mohamad Rizal Adam<sup>\*)1)</sup>, Mahludin Baruwadi<sup>2)</sup>, Supriyo Imran<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl. Prof Ing BJ Habibie, Moutong, Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, 96119

<sup>2)3)</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl. Prof Ing BJ Habibie, Moutong, Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, 96119

### ABSTRACT

*This research aims to: 1) Identify internal and external factors that exist in running a business and 2) Formulate alternative strategies in the development of sadaputea sousop leaf tea business at UKM mafahim Gorontalo Helumo Village, Mootilango District, Gorontalo Regency. The method used in this research is survey method, with primary data and secondary data. The data analysis technique used is SWOT analysis through several stages, namely weighting using the EFAS and IFAS tables. The results of the study are 1) Aspects that exist in the internal environment include: a) raw materials are easy to obtain, b) quite affordable prices, c) product durability, d) production process, and 2) Aspects of the external environment, namely: a) technological developments, b) government support, c) the entry of cheaper similar products, d) the threat of new entrants who make the same product. The position of the soursop leaf tea business sadaputea UKM mafahim Gorontalo is in quadrant I (Aggressive), so the most important strategy that can be applied is the SO strategy, namely maintaining price stability and increasing product quality so as to provide satisfaction to consumers.*

**Keywords:** Development Strategy, UKM, SWOT

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada dalam menjalankan usaha dan 2) Merumuskan strategi alternatif dalam pengembangan usaha teh daun sirsak pada UKM Mafahim Gorontalo Desa Helumo Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah metode survei, dengan jenis data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT melalui beberapa tahapan yaitu pembobotan menggunakan tabel EFAS dan IFAS. Hasil Penelitian yaitu 1) Aspek-aspek yang ada dalam lingkungan internal antara lain: (a) bahan baku mudah diperoleh, b) harga yang cukup terjangkau, c) daya tahan produk, d) proses produksi, dan 2) Aspek lingkungan eksternal yaitu ; a) perkembangan teknologi, b) dukungan pemerintah, c) masuknya produk sejenis yang lebih murah, d) ancaman pendatang baru yang membuat produk sama. Posisi Usaha Teh Daun sirsak Sadaputea UKM Mafahim Gorontalo berada pada Kuadran I (Agresif), sehingga strategi yang paling utama dapat diterapkan adalah Strategi SO yaitu Menjaga kestabilan harga dan meningkatkan kualitas produk sehingga memberikan rasa puas kepada konsumen.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan, UKM, SWOT

## **PENDAHULUAN**

Teh, yang telah dinikmati di Asia selama hampir 4.000 tahun, adalah minuman terpopuler kedua di dunia sesudah air (Gardner et al., 2007), Meningkatnya kesadaran dan juga konsumsi teh telah mendorong peningkatan produksi untuk memenuhi permintaan. Industri pengolahan teh kini menawarkan berbagai jenis produk, termasuk teh kering, teh celup, serta teh dalam kemasan yang semuanya dirancang untuk kenyamanan konsumsi.

Dibuat dari olahan daun teh, teh ialah minuman yang biasa dikonsumsi oleh rakyat Indonesia. Bahkan, teh telah melampaui kopi sebagai minuman paling populer di seluruh dunia. Berdasarkan riset yang diterbitkan oleh (Gardjito, 2011), teh ialah minuman yang teramat banyak diminum oleh orang dewasa sesudah air putih. Produksi dan konsumsi teh setiap tahunnya diperkirakan mencapai tiga juta kilogram.

Flavonoid, kafein, dan tanin semuanya terdapat dalam teh. Flavonoid dalam teh berfungsi sebagai antioksidan yang bisa menolong menghindari penyakit jantung (Surtiningsih, 2005). (Winarsi, 2011), menyatakan dalam jurnalnya bahwa teh dibagi menjadi dua jenis: teh herbal dan teh non-herbal. Ada tiga jenis teh non-herbal yaitu teh oolong, teh hijau, dan teh hitam. Di sisi lain, teh herbal dibuat dari bunga, kulit buah, daun, dan akar berbagai tumbuhan.

Di Indonesia, daun sirsak belum banyak dimanfaatkan sebagai bahan makanan olahan, kebanyakan pohon sirsak dipanen untuk diambil buahnya. Daun sirsak memiliki banyak manfaat kesehatan dan kandungan kimia yang tinggi. Daun sirsak mengandung alkaloid, tanin, kumarin, flavonoid, dan senyawa kimia steroid/terpenoid (Astatin, 2014). Menurut (Utami & Desty, 2013) daun sirsak mengandung kalsium, fosfor, karbohidrat, tanin, fitosterol, vitamin A, vitamin B, dan vitamin C. Daun sirsak juga mengandung kalsium oksalat dan alkaloid murisine.

Jumlah konsumsi minuman teh kemasan di Indonesia, yang berada di urutan kedua setelah air mineral dalam antrian, menunjukkan peningkatan signifikan dalam permintaan pasar untuk minuman siap minum. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), produksi teh nasional mencapai 94,1 ton pada tahun 2021, meningkat 20,3% dari 78,2 ton pada tahun sebelumnya. Menurut (Statistik, 2021), rata-rata konsumsi mingguan teh mencakup 2,79 gram teh bubuk per orang, 0,041 ons, dan teh kemasan 51,5 ml. Pertumbuhan pasar ini didorong oleh peningkatan populasi dan minat yang meningkat dari anak muda dalam

mengonsumsi minuman siap minum (Juliani et al., 2017).

Kabupaten Gorontalo memiliki jumlah wirausahawan terkini yang paling sedikit, hanya 771 orang. Menurut Diskoperindag Provinsi Gorontalo (2015), sektor usaha mikro memimpin dengan 20.322 unit usaha, diikuti oleh usaha kecil dengan 4.873 unit, dan usaha menengah dengan 339 unit berada di posisi ketiga. Tidak boleh diabaikan atau dihindari UKM di ruang publik saat ini karena kontribusi ekonominya sangat berarti. Selain itu, UKM juga mendorong inovasi yang mendukung upaya pelestarian dan pengembangan budaya lokal (Nurmala et al., 2012). Salah satu contoh UKM, yaitu UKM Mafahin di Kabupaten Gorontalo, berlokasi di Dusun Helumo, Kecamatan Mootilango, yang menghasilkan teh dari daun sirsak dengan merek "Teh Sadapu," menunjukkan betapa UKM dapat berperan dalam pengembangan lokal.

Salah satu perusahaan di Gorontalo yang memproduksi minuman teh dalam kemasan adalah UKM Mafahim Gorontalo. Sejak tahun 2016, perusahaan ini telah memproduksi teh dari daun sirsak. Salah satu tantangan utama dalam riset ini adalah fluktuasi dalam jumlah produksi. Selain itu, persaingan dari produk minuman kemasan lain juga menjadi faktor yang mempengaruhi fluktuasi produksi UKM Mafahim Gorontalo. Tujuan dari penelitian mengetahui faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha the daun sirsak sadaputea dan mengetahui strategi pengembangan usaha the daun sirsak sadaputea Desa Helumo Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Strategi**

Serangkaian tindakan administratif yang dikenal sebagai manajemen strategis sangat penting karena menentukan kinerja perusahaan. Pengamatan terhadap perencanaan strategi, penerapan strategi, evaluasi, dan pengendalian semuanya termasuk dalam manajemen strategis (Rahman & Enny, 2017).

Strategi ialah peranti yang dipakai untuk menjangkau tujuan akhir. Pengembangan geografis, diversifikasi, pemerolehan pengembangan produk, penekanan pasar, pengirisan divestasi, dan juga upaya patungan ialah ilustrasi strategi bidang usaha. Strategi ialah aksi yang mungkin dilakukan dan memerlukan sumber daya penting perusahaan serta merupakan pilihan dari manajemen puncak. Dengan demikian, strategi ialah aksi ataupun aktivitas

yang dialami oleh individu ataupun organisasi untuk menjangkau tujuan ataupun sasaran yang sudah ditetapkan (David, 2011).

### **Tanaman Sirsak**

Dalam masyarakat Indonesia, daun sirsak kerap dipakai sebagai obat herbal buat menolong dalam penyembuhan kanker. Untuk membuat air rebusan daun sirsak, rata-rata 10 lembar daun sirsak direbus dalam 2 cawan air hingga daya tampung air menurun jadi 1 cawan. Air rebusan daun sirsak ini diminum dua cawan tiap hari. Secara konseptual, air rebusan daun sirsak dianggap memiliki efek yang mirip dengan kemoterapi, yaitu mampu mempengaruhi sel-sel yang tidak normal (kanker) tanpa merusak sel-sel sehat. Berbeda dengan kemoterapi yang juga dapat mematikan sel-sel sehat, pendekatan dengan air rebusan daun sirsak lebih ditujukan untuk menghambat perkembangan sel kanker tanpa mengacaukan sel-sel kondusif yang biasa (Arwildayanto, 2012).

Ilustrasi pohon pinus dengan daun dan bunga yang lebat adalah gambaran dari tumbuhan sirsak. Senyawa-senyawa seperti monotetrahydrofuran acetogenin, termasuk goniotalamycin, gigantetrosin A, annonasin-10-one, anomurisin A dan B, murikatosin A dan B, serta annonasin, ditemukan dalam daun sirsak. Senyawa-senyawa ini dikenal efektif dalam pengobatan berbagai jenis penyakit. Selain itu, menurut (Sangging & Sari, 2017), daun sirsak juga kaya akan kalsium, fosfor, karbohidrat, tanin, fitosterol, vitamin A, vitamin B, dan vitamin C.

### **Pengembangan Usaha**

Setiap pengusaha atau calon pengusaha memiliki peran penting dalam mengembangkan usaha yang memerlukan visi, motivasi, dan kemampuan untuk mewujudkannya. Ada harapan besar bahwa tiap upaya kecil bisa bertumbuh jadi usaha menengah, dan akibatnya jadi usaha besar, jikalau keadaan ini bisa digapai oleh usahawan mana pun. Seseorang dapat memulai dengan memulai usaha sendiri, mengakuisisi perusahaan lain, atau terlibat dalam sistem waralaba. Lingkungan usaha adalah faktor yang harus diperhatikan. Oleh karena itu, pengembangan diperlukan agar perusahaan dapat tumbuh dan bertahan untuk berperan secara efektif (Anoraga, 2007).

Saat meluncurkan sebuah perusahaan baru, persyaratan yang paling penting adalah memiliki ide yang baik—baik itu ide yang akan dikembangkan atau ide yang menghasilkan sesuatu yang benar-benar orisinal. Langkah

terbaik adalah melakukan analisis kelayakan perusahaan segera setelah mendapatkan ide tersebut, termasuk analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Suryana, 2006).

Badan pengelola kebutuhan mengumpulkan semua informasi dan riset yang mereka lakukan tentang produk ke dalam konsep pengembangan bisnis. Informasi tersebut kemudian digabungkan untuk membuat ringkasan yang memberikan perkiraan kecil tentang perusahaan dan secara meyakinkan menunjukkan kalau ini merupakan investasi yang cerdas dan kalau produk itu bisa bersaing untuk melengkapi permohonan dari konsumen dengan permasalahan sosial yang telah diidentifikasi (Lecup & Nicholson, 2006).

### **Analisis SWOT**

Pendekatan ini didasarkan pada akal sehat yang bisa mengoptimalkan daya dan kesempatan, sementara pula meminimalkan bahaya serta kelemahan serentak. Cara pengumpulan keputusan penting selalu terkait dengan formulasi tujuan, strategi, serta peraturan perusahaan. Pada akibatnya, dalam lingkup kala ini, perencanaan yang penting harus mengevaluasi aspek penting perusahaan. Salah satu metode untuk mengidentifikasi dan merangkum faktor-faktor penting adalah dengan melakukan analisis SWOT. Cara ini melingkupi evaluasi item-item EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yang amat pokok dalam mengenali aspek krusial dengan menguraikan kekuatan (s), kelemahan (w), peluang (o), dan ancaman (t), menilai berat yang diserahkan pada faktor-faktor dalam matriks EFAS-IFAS, dan melakukan penyesuaian yang diperlukan sehingga total bobot EFAS dan IFAS mendekati 1,000. Kemudian, masukkan rating yang diberikan oleh manajemen perusahaan ke dalam matriks EFAS dan IFAS, kalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor pada kolom bobot numerik.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Helumo Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo, pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja berdasarkan lokasi UMKM Mafahmi yang merupakan salah satu UMKM yang memproduksi dan menjual teh sirsak terbanyak di Provinsi Gorontalo. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama 2 bulan sejak bulan Januari sampai bulan Februari 2024.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data Primer, adalah data yang dikumpulkan langsung dari informan melalui wawancara untuk memahami tantangan yang dihadapi UKM Mafahim Gorontalo dalam menjalankan usaha, serta kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya, dengan dukungan kuesioner. Pihak yang diwawancarai harus mengetahui dan memahami dengan baik tentang obyek yang akan diteliti. Sedangkan untuk data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pencarian referensi, termasuk penelitian literatur, institusi pemerintah, karya ilmiah, dan lembaga terkait penelitian.

### **Populasi dan Sampel**

Beberapa orang dari populasi dijadikan sampel. Purposive sampling yaitu cara pengumpulan sampel yang dipakai dalam penelitian ini. Salah satu cara penentuan sampel dengan konsisten mempertimbangkan faktor-faktor tertentu dikenal dengan purposive sampling (Sugiyono, 2013)

Sampel dari pihak eksternal dalam studi ini yaitu enam pelanggan serta empat pemilik UKM Mafahim Gorontalo, sebaliknya sampel dari pihak internal yaitu empat karyawan serta pemilik UKM Mafahim Gorontalo. Sementara itu, kuesioner dipakai sebagai instrumen pengumpulan data dalam studi ini. Angket menurut (Sugiyono, 2013) merupakan sesuatu cara pengumpulan informasi yang pesertanya diberikan serangkaian pertanyaan ataupun penjelasan tertulis untuk dilengkapi. Pemilik dan staf tersangkut UKM Mafahim Dusun Helumo akan memperoleh angket ini.

### **Teknik Analisis Data**

Salah satu metode untuk mengidentifikasi dan merangkum faktor-faktor strategis adalah dengan melakukan analisis SWOT. Hal ini melibatkan pemeringkatan item EFAS-IFAS yang paling signifikan, mengidentifikasi kolom faktor strategis utama dengan menyoroti kekuatan (s), kelemahan (w), peluang (o), dan ancaman (t), meninjau bobot yang diberikan pada faktor-faktor dalam tabel EFAS-IFAS, dan melakukan penyesuaian yang diperlukan sehingga total pada kolom bobot EFAS dan IFAS mencapai 1,00.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Analisis Lingkungan Internal Usaha**

Pemeriksaan yang dilakukan di lingkungan perusahaan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan UKM Mafahim Gorontalo dikenal

dengan analisis lingkungan internal. Analisis ini dilakukan berdasarkan temuan-temuan dan merupakan keadan sesungguhnya dari usaha saat dilakukannya penelitian di lapangan. Berikut temuan pemeriksaan lingkungan internal UKM Mafahim Gorontalo:

### **Kekuatan (*Strength*)**

#### **1. Memiliki Label Halal**

Produk teh daun sirsak(*sadaputea*) merupakan produk yang sudah memiliki label halal, hal ini dapat menjadi kekuatan untuk UKM Mafahim Gorontalo sehingga dapat menambah keyakinan masyarakat untuk mengkonsumsi produknya, mengingat mayoritas penduduk indonesia beragama islam.

#### **2. Bahan Baku Mudah Diperoleh**

Bahan baku utama dalam memproduksi teh daun sirsak (*sadaputea*) adalah daun sirsak, di gorontalo sendiri tanaman sirsak mudah di temukan bahkan tubuh subur di sepanjang jalan menuju lokasi UKM Mafahim Gorontalo. Selain itu UKM Mafahim Gorontalo juga memiliki lahan khusus untuk budidaya tanaman sirsak.

#### **3. Produk 100% Originl Tanpa Bahan Pengawet**

Produk teh daun sirsak(*sadaputea*) terbuat dari 100% daun sirsak yang di olah secara khusus sehingga kandungan senyama aktif yang bermanfaat bagi tubuh tidak hilang, UKM Mafahim Gorontalo juga tidak menggunakan pengawet pada produk teh daun sirsak(*sadaputea*).

#### **4. Memiliki Harga Yang Cukup Terjangkau**

Teh daun sirsak (*sadaputea*) memiliki ukuran yang berbeda, ada yang berukuran 1.5 gram yang berisi 12 kantong teh di jual dengan harga Rp 15.000, dan ukuran 2 gram dijual dengan harga Rp 20.000.

#### **5. Proses Penyeduhan Sangat Mudah**

Proses penyeduhan teh daun sirsak sangat mudah karena sudah menggunakan kantong seperti kertas sehingga tidak menghasilkan sisa sisa daun sirsak pada saat penyeduhan.

### **Kelemahan (*Weakness*)**

#### **1. Daya Tahan Produk Tidak Terlalu Lama**

Dibandingkan dengan produk teh yang lain, teh daun sirsak hanya mampu bertahan selama 1 tahun terhitung mulai saat produk teh di buat. Sehingga UKM Mafahim Gorontalo tidak bisa memproduksi dengan jumlah yang banyak, karena apabila produk tidak habis selama setahun maka produk sudah tidak bisa di gunakan dan bisa menyebabkan kerugian bagi UKM Mafahim Gorontalo.

2. Memiliki Efek Samping

Teh daun sirsak (*sadaputea*) memiliki efek samping menyebabkan pusing hal ini menjadi kelemahan yang dimiliki oleh produk teh daun sirsak yang diproduksi oleh UKM Mafahim Gorontalo.

3. Produk Belum Banyak Yang Mengetahui

Walaupun UKM Mafahim Gorontalo sudah lama memproduksi teh daun sirsak, namun masih banyak yang belum mengenal produk ini hal ini dapat mempengaruhi pendapatan sehingga perlu adanya strategi khusus agar produk teh daun sirsak yang di produksi oleh UKM Mafahim Gorontalo bisa di kenal oleh masyarakat luas.

4. Proses Produksi Masih Manual

Proses produksi teh daun sirsak (*sadaputea*) masih tradisional, misalnya pada saat pengeringan masih menggunakan sinar matahari dan terkadang menggunakan oven yang di panaskan menggunakan api. Hal ini mempengaruhi jumlah produksi teh daun sirsak (*sadaputea*).

5. Setelah Penyeduhan Teh Daun Sirsak Membutuhkan Waktu 15 menit untuk bisa dikonsumsi

Setelah teh diseduhkan menggunakan air panas, teh daun sirsak belum bisa langsung untuk diminum karena harus menunggu selama 15 menit sampai wana air berubah. Hal ini menjadi kelemahan produk karena waktu 15 menit merupakan waktu yang cukup lama.

**Analisis Lingkungan Eksternal Usaha**

Pemeriksaan yang dilakukan di luar lingkungan komersial untuk mengidentifikasi peluang dan bahaya bagi usaha UKM Mafahim Gorontalo dikenal sebagai analisis lingkungan eksternal. Analisis ini dilakukan berdasarkan temuan temuan saat dilakukannya penelitian di lapangan. Adapun hasil analisis lingkungan eksternal di UKM Mafahim Gorontalo yaitu sebagai berikut:

**Peluang (*Opportunities*)**

1. Memperluas Target Pemasaran

Teh daun sirsak memiliki peluang untuk memperluas pemasarannya mengingat banyak sekali kandungan senyawa antioksidan yang dibutuhkan oleh manusia, selain itu kandungan yang dimiliki oleh daun sirsak di percaya mampu mengobati penyakit kanker.

2. Tingkat Pesaing Masih Kurang

Ada pesaing bagi perusahaan mana pun, baik perusahaan yang sudah mapan maupun yang sudah lama berdiri. namun di indonesia khususnya gorontalo, olahan daun sirsak masih belum banyak, sehingga peluang untuk penjualan

produk UKM Mafahim Gorontalo masih sangat tinggi.

3. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah sangat berperan penting dalam kemajuan suatu usaha. Pemerintah saat ini sedang mendorong pengembangan perusahaan industri yang lebih besar baik di tingkat nasional maupun daerah. Hasilnya, setiap UKM, termasuk UKM Mafahim Gorontalo, mendapat dukungan dan pelatihan selain izin usaha dan sertifikat halal.

4. Proses Produksi Tidak Tergantung Cuaca dan Iklim

Proses produksi teh daun sirsak (*sadaputea*) UKM Mafahim Gorontalo tidak bergantung pada cuaca; itu mungkin masih selesai dalam cuaca cerah atau basah.

5. Perkembangan Teknologi

Teknologi merupakan faktor penting dalam proses produksi maupun penjualan suatu produk usaha. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia memberikan peluang potensial bagi UKM Mafahim Gorontalo untuk menawarkan produk teh daun sirsak secara online.

**Ancaman (*Trerast*)**

1. Masuknya Produk Sejenis dan Memiliki Harga Yang Lebih Murah

Masuknya produk sejenis dengan bahan baku utama daun sirsak yang bersal dari luar daerah dapat menjadi ancaman bagi UKM Mafahim Gorontalo, apalagi memiliki nilai jual yang lebih rendah dari harga jual yang di terapkan oleh UKM Mafahim Gorontalo, sehingga salahsatu dampak yang akan di timbulkan yankni penurunan hasil penjualan produk teh daun sirsak.

2. Biaya Kemasan Yang Meningkat

Biaya kemasan merupakan salah satu ancaman UKM Mafahim Gorontalo mengingat UKM Mafahim Gorontalo belum mampu memproduksi kemasan sendiri, sehingga apabila pihak kedua yang memproduksi kemasan tersebut menaikkan harga kemasan maka secara otomatis pula akan mempengaruhi biaya produksi teh daun sirsak.

3. Ancaman Pendetang Baru

Pendetang baru yang memproduksi dan menjual produk serupa bahkan memiliki kualitas produk yang lebih bagus merupakan ancaman bagi UKM Mafahim Gorontalo, hal ini dapat menurunkan penjualan dan pendapatan dari usaha teh daun sirsak bahkan yang lebih parah lagi UKM Mafahim Gorontalo bisa tutup karena pendapatan lebih rendah di dibandingkan dengan pengeluaran.

4. Menurunnya Daya Beli Masyarakat  
 Menurunnya daya beli masyarakat terhadap produk teh daun sirsak merupakan ancaman serius bagi UKM Mafahim Gorontalo, karena jika terjadi dalam waktu yang lama akan membuat UKM Mafahim Gorontalo Mengalami kerugian mengingat ketahanan atau masa expired produk teh daun sirsak yang relatif pendek.
5. Adanya Inflasi  
 Adanya inflasi sangat mempengaruhi semua usaha khususnya usaha kecil menengah. Hal ini karena jika terjadi inflasi segala kebutuhan proses produksi akan meningkat

sehingga harga produk juga akan meningkat. Jika harga produk meningkat kemungkinan yang bisa terjadi adalah penurunan daya beli masyarakat. Selanjutnya dilakukan penentuan posisi perusahaan dengan menggunakan kuadran SWOT di atas, kemudian gunakan matriks SWOT untuk mengembangkan rencana alternatif. Elemen eksternal dan internal, terutama peluang dan ancaman, serta kekuatan dan kelemahan, harus dipertimbangkan untuk mengidentifikasi pendekatan alternatif. Tabel matriks SWOT berikut menggambarkan penentuan berbagai strategi:

**Tabel 1.**  
**Matrik SWOT UKM Mafahim Gorontalo**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan (S):</b> 1. Memiliki label halal 2. Bahan Baku Mudah Diperoleh 3. Produk 100% Original Tanpa Bahan Pengawet 4. Memiliki harga yang cukup terjangkau 5. Proses penyeduhan sangat mudah.	<b>Kelemahan (W):</b> 1. Daya tahan produk yang tidak terlalu lama 2. Memiliki efek samping 3. Produk belum banyak yang mengetahui 4. Proses produksi masih manual 5. Setelah penyeduhan teh membutuhkan waktu 15 menit untuk di minum
	<b>Peluang (O):</b> 1. Memperluas target pemasaran 2. Tingkat Pesaing Masih Kurang 3. Dukungan Pemerintah 4. Proses Produksi tidak tergantung cuaca dan iklim 5. Perkembangan Teknologi	<b>Strategi SO:</b> 1. Memperluas target pemasaran 2. Tingkat Pesaing Masih Kurang 3. Dukungan Pemerintah 4. Proses Produksi tidak tergantung cuaca dan iklim 5. Perkembangan Teknologi	<b>Strategi WO:</b> 1. Mengadakan mesin untuk mempermudah proses produksi dengan memanfaatkan dukungan pemerintah 2. Melakukan promosi yang lebih intensif baik melalui media sosial maupun sosialisasi produk dengan mendatangi konsumen secara langsung.
	<b>Ancaman (T):</b> 1. Masuknya produk sejenis dan memiliki harga yang lebih murah 2. Biaya kemasan yang meningkat 3. Ancaman pendatang baru yang membuat produk sama 4. Menurunnya daya beli masyarakat 5. Adanya Inflasi	<b>Strategi ST:</b> 1. Meningkatkan citra produk dengan memberikan testimoni melalui media sosial tentang penilaian konsumen mengenai kepuasan serta manfaat produk teh daun sirsak 2. Inovasi produk tanpa mengurangi kualitas produk sehingga mampu mempertahankan daya beli masyarakat	<b>Strategi WT:</b> 1. Tidak melakukan produksi apabila stok produk teh yang tersedia masih banyak 2. Menurunkan harga produk apabila produk yang belum laku terjual mendekati tanggal kadaluarsa

Sumber: Analisis Data Primer 2024

**1. Strategi SO**

Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dikenal dengan metode S-O (Strengths-Opportunity). Berikut ini merupakan strategi SO yang dapat digunakan pada UKM Mafahim Gorontalo.

- 1) Memanfaatkan bahan baku yang mudah di peroleh untuk menguasai pasar lokal maupun global. Bahan baku merupakan bahan atau komponen utama dalam membuat suatu produk usaha. UKM Mafahim Gorontalo memiliki bahan baku yang berlimpah sehingga bisa memproduksi teh daun sirsak (sadaputea) dalam jumlah yang besar sehingga peluang

untuk menguasai pasar lokal maupun global sangat terbuka.

- 2) Menjaga kestabilan harga dan meningkatkan kualitas produk sehingga memberikan rasa puas kepada konsumen. Harga dan kualitas menjadi penilaian utama konsumen dalam membeli suatu produk, dengan menjaga harga dan meningkatkan kualitas teh daun sirsak (sadaputea) mampu meningkatkan jumlah konsumen dan menjauhkan produk dari pendatang baru yang ingin membuat usaha yang sama.

## **2. Strategi WO**

Tujuan dari metode W-O (Weaknesses-chances) adalah memperkuat kelemahan dengan memanfaatkan peluang. dalam hal ini UKM Mafahim Gorontalo dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk memperbaiki kelemahannya.

- 1) Mengadakan mesin untuk mempermudah proses produksi dengan memanfaatkan dukungan pemerintah. Mesin merupakan alat untuk mempermudah saat memproduksi teh daun sirsak, dengan adanya mesin mampu mempercepat proses produksi sehingga dalam sekali produksi bisa menghasilkan produk dalam jumlah yang banyak, pengadaan mesin produksi bisa dihasilkan dengan cara bekerja sama dengan pemerintah.
- 2) Melakukan promosi yang lebih intensif baik melalui media sosial maupun sosialisasi produk dengan mendatangi konsumen secara langsung. Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap pelaku usaha, karna dengan promosi konsumen dapat mengetahui produk kita, saat ini promosi lebih banyak dilakukan melalui media sosial, sehingga UKM Mafahim Gorontalo dapat memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi. Promosi di media sosial dapat dilakukan pada waktu-waktu kiranya orang paling bnyak menggunakan media sosial mereka.

## **3. Strategi ST**

Pendekatan S-T (Strength-Threats) memanfaatkan keunggulan perusahaan untuk mencegah atau mengurangi dampak ancaman terhadap bisnis. Pendekatan S-T yang dapat digunakan pada UKM Mafahim Gorontalo adalah sebagai berikut.

- 1) Meningkatkan citra produk dengan memberikan testimoni melalui media sosial tentang penilaian konsumen mengenai kepuasan serta manfaat produk teh daun sirsak. Citra atau nama baik produk biasa mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Dengan memberitahu secara langsung maupun melalui media sosial tentang penilaian konsumen dapat menambah keyakinan konsumen untuk membeli produk teh daun sirsak.
- 2) Inovasi produk tanpa mengurangi kualitas produk sehingga mampu mempertahankan daya beli masyarakat. Inovasi produk memungkinkan konsumen tidak merasa bosan terhadap produk di produksi, inovasi yang dapat dilakukan oleh UKM Mafahim Gorontalo misalnya membuat teh daun sirsak kemasan gelas sehingga mudah untuk di konsumsi.

## **4. Strategi WT**

Strategi W-T (*Weakness-Threats*) adalah strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki serta menghindari ancaman. Berikut strategi W-T UKM Mafahim Gorontalo:

- 1) Tidak melakukan produksi apabila stok produk teh daun sirsak yang tersedia masih banyak. mengingat produk teh daun sirsak yang hanya dapat bertahan selama setahun maka hal yang perlu dilakukan agar terhindar dari kerugian diakibatkan menurunnya daya beli masyarakat.
- 2) Menurunkan harga produk apabila produk yang belum laku terjual mendekati tanggal kadaluarsa. Apabila produk teh daun sirsak (sadaputea) hingga mendekati tanggal expired atau kadaluarsa sebaiknya menurunkan harga agar tidak mengalami kerugian karena tidak habis terjual.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan maka dapat di simpulkan Aspek aspek yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan usaha Teh Daun Sirsak (sadaputea) Pada UKM Mafahim Gorontalo antara lain 1) aspek lingkungan internal yaitu a) bahan baku mudah diperoleh, b) harga yang cukup terjangkau, c) daya tahan produk, d) proses produksi, dan 2) aspek lingkungan eksternal yaitu; a) perkembangan teknologi, b) dukungan pemerintah, c) masuknya produk sejenis yang lebih murah, d) ancaman pendatang baru yang membuat produk sama.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Kuadran SWOT diketahui posisi UKM Mafahim Gorontalo berada pada kuadran I, dimana strategi agresif. Strategi agresif atau **Strategi SO** yang dapat di terapkan pada UKM Mafahim Gorontalo yaitu Menjaga kestabilan harga dan meningkatkan kualitas produk sehingga memberikan rasa puas kepada konsumen, Harga dan kualitas menjadi penilaian utama konsumen dalam membeli suatu produk, dengan menjaga harga dan meningkatkan kualitas teh daun sirsak (sadaputea) mampu meningkatkan jumlah konsumen dan menjauhkan produk dari pendatang baru yang ingin membuat usaha yang sama.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta.
- Arwildayanto. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perguruan Tinggi: Pendekatan Budaya Kerja Dosen Profesional*. In *Ideas*

*Publishing.*

- Astatin, G. R. (2014). *Pemanfaatan Daun Sirsak (Annona muricata Linn) Dan Kulit Jeruk Purut (Citrus hystix) Sebagai Bahan Teh Dengan Variasi Lama pengeringan.* Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management* (12th ed.).
- Gardjito. (2011). *Teh.* Kanisius.
- Gardner, E. J., Ruxton, C. H. S., & Leeds, A. R. (2007). Black tea – helpful or harmful. A review of the evidence. *European Journal of Clinical Nutrition*, 6(1), 3–18.
- Juliani, M. K., Harsojuwono, B., & Satriawan, K. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Barjaz Teadi Barjaz Company. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 5(4), 41–50.
- Lecup, I., & Nicholson. (2006). *Kewirausahaan dalam bidang hasil tanaman keras dan hutan Berbasis Masyarakat.* Regional Community Forestry Training Center For Asia and the Pasific Indonesia.
- Nurmala, T., Suyono, A. D., Rodjak, A., Suganda, T., Natasasmita, S., & Simarmata, T. (2012). *Pengantar Ilmu Pertanian.* Graha Ilmu.
- Rahman, R., & Enny, R. (2017). *Manajemen Strategi.* Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sanging, P. R., & Sari, M. R. (2017). Efektivitas Teh Daun Sirsak (*Annona muricata* Linn) terhadap Hipertensi. *Jurnal Kedokteran Majority*, 6(2), 49.
- Statistik, B. P. (2021). *Kabupaten Gorontalo Dalam Angka 2021.*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Surtiningsih. (2005). *Cantik Dengan Bahan Alami.* PT. Elex Media Komputindo.
- Suryana. (2006). *Pedoman Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Salemba Em).
- Utami, P., & Desty, E. P. (2013). *The Miracle of Herbs.* PT. Agromedia Pustaka.
- Winarsi, H. (2011). *Antioksidan Alami dan Radikal Bebas.* Kanisius.