

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KELOR SEDUH HOME INDUSTRI KELOTA DI DESA TINGGEDE KECAMATAN MARAWOLA KABUPATEN SIGI

Businesses Development Strategy of Moringa Brewed Kelota *Home Industry* in Tinggede Village, Marawola District, Sigi Regency

Andriana¹⁾, Jonh Tomy²⁾, Wira Hatmi²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas tadulako, Palu

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, palu

E-mail : andriana702@gmail.com E-mail : jnhhtomy1962@gmail.com, hatmiwira@gmail.com

submit: 07 Desember 2023, Revised: 04 January 2024, Accepted: January 2024

DOI : <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v11i6.2017>

ABSTRACT

This study aims to find out what alternative strategies are good to set in the kelota home industry brewing business in Tinggede Village, Marawola District, Sigi Regency. Determination of respondents in this study was done purposively. This research was carried out from September to December. Respondents in this study were taken as many as 7 people while the analysis used in this study used a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treats). Based on the results of the multiplication of the weights and ratings on internal and external environmental factors, it is obtained that the location of the quadrant in the moringa home industry development strategy is the SWOT diagram which shows the strategic position of the kelota home brewed moringa business development strategy in quadrant 1. Namely the position of the strength strategy – opportunities (SO) SO (Strenghts-Opportunities) strategy. Strength-opportunity strategy is using the company's internal strengths to take advantage of opportunities so that it can take advantage of external opportunities, meaning that this strategy can be used because the business or industry has strengths and opportunities that exist.

Keywords: Development Strategy, Brewed Moringa, Home Industri Kelota, SWOT analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi alternatif apa yang baik untuk ditetapkan pada usaha kelor seduh home industri kelota di Desa Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*), Penelitian ini di laksanakan pada bulan September sampai bulan Desember. Responden dalam penelitian ini diambil sebanyak 7 orang adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Treaths). Berdasarkan hasil perkalian dari bobot dan rating pada faktor lingkungan internal dan eksternal diperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota yaitu diagram SWOT yang menunjukkan posisi strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota berada pada kuadran 1. Yaitu pada posisi strategi kekuatan – peluang (SO) startegi SO (Strenghts-Opportunities). Strategi kekuatan-peluang yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang eksternal, artinya dimana strategi ini dapat digunakan karena usaha atau industri tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang ada.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Kelor Seduh, Home Industri Kelota, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Kelor (*Moringa oleifera*.) merupakan tanaman perdu yang berasal dari kaki gunung Himalaya, Asia Selatan dan timur laut Pakistan. Seiring dengan berkembangnya informasi mengenai manfaatnya, kelor mulai diperkenalkan dan di budidayakan hampir seluruh belahan dunia, antara lain, Asia Tenggara, Afrika, Amerika Tengah, Amerika selatan dan Semenac ujung Arab. Kelor dijuluki ‘*Mother’s Best Frriend*’ dan ‘*Miracle Tree*’ atau pohon ajaib karena mengandung zat gizi dan manfaat yang banyak (Mardiana dan Kustini, 2013).

Kelor (*Moringa oleifera* atau MO) merupakan tumbuhan yang diakui memiliki banyak kegunaan secara nasional dan internasional. Di Indonesia MO digunakan untuk pemenuhan pangan, obat-obatan, bahan kosmetik dan ritual adat budaya (Bahriyah dkk., 2015; Liyanti dkk, 2015; Hardiyanti, 2015; Kholis & Hadi, 2010). Tercatat bahwa MO digunakan untuk mengobati demam, sawan, batuk, penambah stamina, kejang-kejang, panas dalam, sakit kepala, kolestrol, gizi buruk, asam urat, kencing manis, gondok, kuning, rematik, pegel linu dan tipus (Oktafiani, 2018).

Kelor telah diakui didunia sebagai tanaman bergizi dan WHO(World Health Organization) telah merekomendasikan kelor sebagai salah satu pangan alternatif untuk mengatasi masalah gizi (malnutrisi) selain mengkonsumsi kelor tidak memberikan efek samping. Di beberapa Negara seperti Afrika dan Asia menganjurkan untuk mengkonsumsi kelorsebagai suplemen yang kaya zat gizi terlebih kandungan kalsium untuk ibu menyusui dan anak pada masa pertumbuhan (Winarno, 2018).

Tanaman kelor merupakan salah satu tanaman ajaib, tidak hanya menjadi sumber pangan, pengobatan dan bahan ternak, tanaman ini juga dapat sebagai sumber energi alternatif bahan bakar (*biodiesel*) yang ramah lingkungan karena di dalam bijinya mengandung minyak 35-40 %, sangat muda tumbuh dilahan kritis atau

lahan kering. Pertumbuhan dan produktifitas tanam kelor di pengaruhi oleh bahan tanaman (sifat genetik), teknik budidaya, lingkungan tumbuh (iklim dan tanah). Faktor iklim yang mempengaruhi pertumbuhan tanaman adalah suhu, curah hujan, kelembaban, udara, angin dan intensitas cahaya. Kelor dapat tumbuh di dataran rendah maupun dataran tinggi sampai ketinggian ± 1000 m dpl. Kelor merupakan tanaman yang dapat mentolerir berbagai kondisi lingkungan, sehingga mudah tumbuh meski dalam kondisi ekstrim, dibawah naungan dan dapat bertahan hidup di daerah bersalju ringan (Krisnadi, 2015).

Tanaman kelor mudah tumbuh karena kelor dapat tumbuh pada daerah tropis dan subtropis pada semua jenis tanah dan tahan terhadap musim kering dengan toleransi terhadap kekeringan sampai 6 bulan (Mendeita dkk., 2013). Tanaman kelor umumnya dimanfaatkan sebagai tanaman pagar. Daunnya digunakan bahan makanan dan obat tradisional (Nasir dkk., 2010). Sedangkan biji kelor belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.

Salah satu tanaman di Indonesia yang diduga memiliki kandungan antioksidan adalah kelor (*Moringa oleifera*). Tanaman kelor telah dikenal selama berabad-abad sebagai tanaman multiguna padat nutrisi dan berkhasiat. Kelor dikenal sebagai The Miracle Tree atau pohon ajaib karena terbukti secara alamiah merupakan sumber gizi berkhasiat yang kandungannya melebihi kandungan tanaman pada umumnya (Toripah, Abidjulu and Wehantouw, 2014).

Bagian tumbuhan MO yang sering dimanfaatkan di Indonesia adalah daun. Daun biasanya digunakan untuk makanan, obat tradisional, dan bahan ritual adat. Salah satu pemanfaatan daun untuk pengobatan penyakit kuning yaitu dengan meminum ramuan daun kelor yang ditumbuk halus, ditambah air kelapa, disaring, dan ditambahkan madu (Oktafiani, 2018). Tercatat bahwa daun MO mengandung vitamin A lebih banyak dari wortel, lebih

banyak kalsium dari susu, lebih banyak zat besi dari bayam, lebih banyak vitamin C dari jeruk dan lebih banyak potassium dari pisang (Mutiara dkk., 2012).

Kandungan tanaman kelor yang bermanfaat untuk kesehatan, sehingga menjadikan beberapa negara berkembang menjadikan kelor sebagai komoditas agribisnis. Negara-negara berkembang yang telah menjadikan kelor sebagai salah satu komoditas agribisnis seperti India, Afrika dan Amerika Latin, kelor menjadi komoditas utama dalam mata pencaharian petaninya dan dimanfaatkan dengan berbagai cara (Wiguna, 2018).

Lembah Palu yang kondisi geografisnya membentuk cekungan seperti mangkuk dan mengelilingi teluk Palu sangat berpotensi menghasilkan kelor yang berkualitas dan kuantitas produksi yang optimal. Pengolahan tanaman kelor sebagai sayur tidak bisa bertahan lama, oleh karenanya daun kelor dapat diolah menjadi teh daun kelor karena dapat tahan lama dan lebih praktis dalam mengkonsumsinya. Daun kelor yang telah dikeringkan kemudian diseduh pada air mendidih menjadi minuman teh yang memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh (Mujianti dan Sukmawati, 2018).

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada bulan januari sampai bulan maret *Home Industri Kelota* tidak memproduksi dikarenakan covid. Terlihat pada bulan

April sampai bulan Desember *Home Industri Kelota* mengalami fluktuasi. Pendapatan tertinggi yaitu pada bulan Desember dengan jumlah produksi 466,67. Sedangkan pendapatan terendah terdapat pada bulan April – Juni dengan jumlah produksi 186,67. Penyebab utama naik turunnya produksi yaitu dikarenakan adanya pandemi covid 19 serta promosi yang kurang efektif. Selain dari itu lokasi usaha kurang strategis sehingga membuat industri ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Oleh karna itu perusahaan harus mampu mengambil strategi yang tepat agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Tujuan dari suatu usaha adalah untuk memperoleh pendapatan yang tinggi dan mampu bersaing dengan pihak-pihak lain.

Dalam hal ini *Home Industri Kelota* harus mampu menganalisis dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Pengaruh dari kedua analisis lingkungan ini sangat besar dalam proses perumusan masalah dan pemilihan strategi yang tepat demi kelangsungan hidup dan perkembangan *Home Industri Kelota*. Berdasarkan permasalahan diatas maka perlu dilakukan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Kelor Seduh *Home Industri kelota* di Desa Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi.

Tabel 1. Data Produksi Kelor Seduh pada *Home Industri Kelota* di Desa Tinggede Tahun 2021.

No	Bulan	Jumlah Produksi (l)
1.	Januari	-
2.	Februari	-
3.	Maret	-
4.	April	186,67
5.	Mei	186,67
6	Juni	186,67
7	Juli	280,00
8	Agustus	280,00
9	September	311,11
10	Oktober	451,11
11	November	326,67
12	Desember	466,67
Jumlah		2,644,4

Sumber : Home Industri Kelota 2020.

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah strategi apa yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota.

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang baik untuk diterapkan pada usaha kelor seduh *home industri* kelota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada *Home Industri* Kelota yang terletak di Desa Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa *Home Industri* Kelota merupakan satu satunya industri yang berada di Desa Tinggede. Penelitian ini di laksanakan pada bulan september sampai bulan desember 2021.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa pemilik *home industri* dan tenaga kerja dapat memberikan informasi mengenai proses produksi dan pemasaran hingga ke konsumen tingkat akhir, sehingga diharapkan dapat diperoleh data akurat sesuai dengan tujuan dalam penelitian. Responden yang di ambil dari penelitian ini sebanyak 7 orang yakni 1 orang pimpinan dan 5 orang tenaga kerja serta 1 orang konsumen dari pihak *home industri* kelota.

Pengumpulan Data Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi, wawancara langsung kepada responden yang menggunakan daftar pertanyaan (Questionnaire) dan data sekunder diperoleh dari instansi terkait, literatur-literatur, dan sumber-sumber tertulis yang ada kaitannya

dengan penelitian ini, sebagai pendukung dalam penyusunan hasil penelitian.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini akan dijawab dengan menggunakan analisis SWOT. Dimana analisis SWOT digunakan untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasikan faktor internal dan eksternal pada *Home Industri* Kelota di Desa Tinggede, dari sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan dari sisi eksternal, akan dilihat dari peluang dan ancaman dari luar *home industri* kelota itu sendiri.

Analisis SWOT merupakan ringkasan dari keunggulan dan kelemahan perusahaan yang dikaitkan dengan peluang dan ancaman.

lingkungan dengan pemikiran tentang keunggulan dan kelemahan organisasi perusahaan, diharapkan dapat membantu manager strategik untuk melihat organisasinya relatif terhadap pesaing. Kerangka analisis SWOT mengembangkan wawasan atau pandangan bahwa suatu perusahaan itu dapat mengolah pemanfaatan peluang sekaligus meminimalisasi ancaman lingkungannya. Analisi SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2014).

Penentuan bobot dihitung dengan menggunakan metode obyektif dengan rumus (Yantu, 2012) sebagai berikut.

$$Bi = \frac{Ri}{\sum Ri}$$

Keterangan

Bi = Bobot faktor ke-i

Ri = Rating ke-i

$\sum Ri$ = Total Rating

Berdasarkan analisis SWOT dapat dilakukan penentuan pengembangan kawasan dengan cara melakukan analisis melalui kombinasi pertemuan antara garis

abis (kekuatan-kelemahan dengan garis ordinat (peluang-ancaman) pada diagram analisis SWOT sebagai berikut.

Berdasarkan strategi diagram tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut :

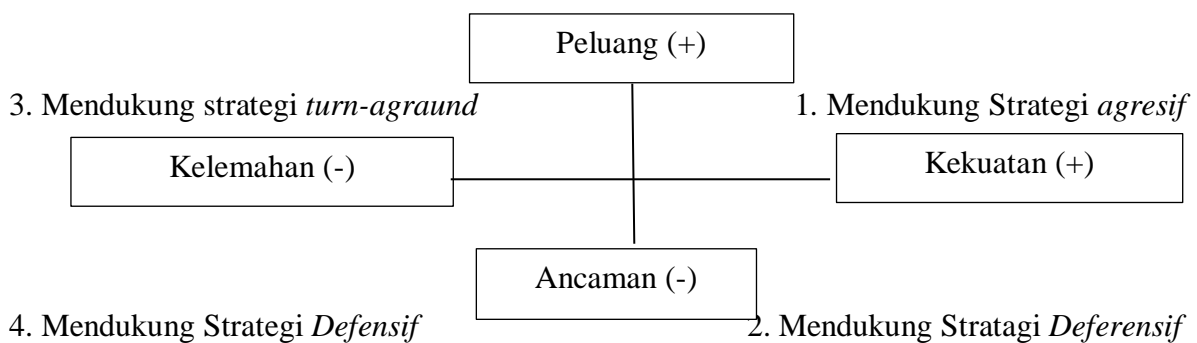
1. Kuadran 1 Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Industri maupun pemerintah memiliki peluang kekuatan dan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah untuk mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growht orientd strategy*).
2. Kuadran 2 Meskipun menghadapi berbagai ancaman industri atau pemerintah masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang berupa strategi diferfikasi produk/pasar.
3. Kuadran 3 Industri atau pemerintah menghadapi kendala/kelemahan internal. Strategi ini adalah meminimalakan masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.
4. Kuadran 4 ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, bagi industri atau pemerintah untuk menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Analisis swot digunakan untuk mencapai tujuan penelitian, maka lebih

jelasnya bahwa tahapan analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan strategi sebagai berikut:

1. Setelah faktor-faktor strategi internal usaha teridentifikasi selanjutnya tahapan pengumpulan data menjadi faktor internal faktor eksternal. Data internal diperoleh dalam suatu tabel IFAS, menyatakan bahwa untuk merumuskan faktor-faktor internal tersebut dalam kerangka kekuatan dalam kelemahan pengembangan usaha tersebut. Serta data eksternal diperoleh dari tabel EFAS, yang menyatakan bahwa untuk merumuskan faktor eksternal tersebut dalam kerangka peluang dan ancaman pengembangan usaha tersebut.
2. Tahap analisi menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, menggunakan metode obyektif yaitu faktor mana yang paling penting dan tidak penting.
3. Nilai *rating* menunjukkan tingkat ketersediaan/keberadaan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan kegiatan usaha home industri kelor seduh tersebut.

- Rating 1 = Keberadaannya sangat terbatas/sangat rendah
- Rating 2 = Keberadaannya terbatas/rendah
- Rating 3 = Keberadaannya banyak/tinggi
- Rating 4 = Keberadaannya sangat banyak/sangat tinggi.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

IFAS/EFAS	Strenghts (S)	Weaknesses (W)
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO Menciptakan strategi Yang menggunakan Kekuatan untuk Memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi Yang meminimalkan Kelemahan untuk Memanfaatkan peluang
	Strategi ST Menciptakan strategi Yang menggunakan Kekuatan untuk Mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi Yang meminimalkan Kelemahan dan Menghindari ancaman

Gambar 2. Diagram Matriks SWOT.

Matriks SWOT terdiri dari empat tipe strategi diantaranya

1. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*) atau strategi kegiatan-peluang yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) atau strategi kelemahan-peluang yaitu memperbaiki kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi ST (*Strenghts-Threats*) atau strategi kekuatan-ancaman yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. Strategi WT (*Weakness-Threats*) atau strategi kelemahan-ancaman yaitu merupakan taktik *defensive* yang di arahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan skorsing faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha kelor seduh *home industri* kelota yang di formulasikan pada diagram SWOT gambar 3. Berdasarkan diagram SWOT tersebut posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota berada pada diagram 3,

usaha kelor seduh *home industri* kelota memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk di kembangkan.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota dapat digunakan pendekatan melalui matriks SWOT yang bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi apa yang tepat digunakan untuk usaha kelor seduh pada *home industri* kelota. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT maka penerapan usaha kelor seduh pada *home industri* kelota menggunakan strategi S-O, yaitu menggunakan kelemahan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal seperti terlihat pada gambar 3.

Tabel 2 menunjukkan bahwa faktor kofisien IFAS faktor kekuatan (*Strenghts*) adalah sebesar 2,4 adapun kofisien IFAS faktor kelemahan (*Weaknesses*) adalah 1,1 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh *home industri* kelota lebih besar dari faktor kelemahan.

Bedasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (*Strenghts*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor kelemahan (*Weaknesses*) maka diperoleh nilai X sebagaimana sumbu horizontal yaitu $2,4 - 1,1 = 1,3$ maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,3.

Tabel 2. Analisis SWOT Maktriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) pada Home Industri Kelota.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1. Kekuatan (Strenghts)			
a. Memiliki cita rasa	0,2	4	0,8
b. Modal awal sendiri	0,2	4	0,8
c. Pelayanan yang baik	0,2	4	0,8
Sub Total	0,6	12	2,4
2. Kelemahan (Weaknes)			
a. Promosi yang kurang efektif	0,15	3	0,45
b. Lokasi usaha yang kurang strategis	0,15	3	0,45
c. Promosi Yang Tidak Efektif	0,1	2	0,2
Sub Total	0,4	8	1,1
Total (1+2)	1	20	3,5
Sumbu Y (Sub Total 1- Sub Total 2)			1,3

Sumber : Data Primer Setelah diolah 2022.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa analisis lingkungan internal :

1. Faktor kekuatan (*Strenghts*)

a. Memiliki cita rasa yang khas

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, diperoleh informasi bahwa produk kelor seduh mempunyai cita rasa yang khas dengan aroma jahe sehingga disukai oleh konsumen merupakan kekuatan yang diberi rating 4 yang menyatakan sangat penting.

b. Modal awal sendiri

Modal adalah faktor utama yang diperlukan untuk meningkatkan suatu usaha. Usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya menumbuh kembangkan usaha kecil dan menengah. Berdasarkan sumber modal dapat dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan sendiri misalnya setoran dari pemilik perusahaan. Dan modal asing adalah modal yang berupa pinjaman bank.

Berdasarkan wawancara pada pimpinan untuk modal yang digunakan dalam usaha kelor seduh pada *home industri* kelota sebesar Rp 50.000.000, yang diperoleh dari modal sendiri.

c. Pelayanan yang baik

Arief (2006) menyatakan kualitas pelayanan adalah tinggkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Melalui hasil observasi pihak *home industri* kelota dalam memberikan pelayanan sangatlah baik yaitu dengan cara menjelaskan secara rinci mengenai produk ia miliki dan menjawab segala pertanyaan yang dilontarkan oleh konsumen. Pihak industri juga selalu menerapkan sikap rama dan murah senyum, sehingga itu merupakan kekuatan yang di beri rating 4 yang menyatakan penting.

2. Faktor Kelemahan (*Weaknes*)

a. Promosi kurang efektif

Berdasarkan hasil wawancara pada *Home Industri Kelota* belum menjalankan promosi secara maksimal sehingga minat masyarakat masih kurang. Perkembangan teknologi saat ini dapat memanfaatkan untuk mempromosikan produk kelor seduh melalui media social contohnya seperti facebbok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rating faktor strategis ini sebesar 3 yaitu keberadaanya penting. Artinya bahwa promosi yang kurang efektif menjadi kelemahan yang

cukup berarti terhadap perkembangan usaha kelor seduh pada *Home Industri Kelota*.

b. Lokasi usaha kurang strategis

Keberadaan lokasi usaha yang strategis adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dari sebuah industri, berdasarkan hasil survey bahwa lokasi usaha kelor seduh *Home Industri Kelota* terletak agak jauh dari jalan poros sehingga warga sekitar masih banyak yang belum mengetahui keberadaan usaha kelor seduh *Home Industri Kelota* itu sendiri. Selain dari itu pemasangan papan penanda *Home Industri Kelota* hanya diletakan didepan rumah pemilik industri, sementara rumah itu sendiri letaknya agak kedalam sehingga tidak mudah dilihat oleh warga sekitar.

c. Daya Beli Konsumen Berkurang

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen untuk berbelanja suatu produk tertentu (Putro, Shandy Widjoyo, 2014). Loyalitas konsumen adalah konsep multidimensi yang merupakan preferensi pelanggan produk dan jasa yang terbentuk lama terkait dengan aspek kognitif, efektif dari perilaku konsumen. Konsumen yang loyal tetap berkomitmen melakukan pembelian pada merek yang sama,

bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk merek yang sama, bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk merek produk atau jasa dan selalu mempromosikan merek tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, pihak industri mengatakan bahwa setelah covid 19 *home industri kelota* terkena dampak yaitu mengenai penurunan jumlah produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rating faktor strategis ini sebesar 2 atau keberadaanya penting.

Tabel 2 menunjukkan bahwa faktor kofisien IFAS faktor kekuatan (*Strengths*) adalah sebesar 2.4 adapun kofisien IFAS faktor kelemahan (*Weaknesses*) adalah 1.1 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh *home industri kelota* lebih besar dari faktor kelemahan.

Bedasarkan hasil perkalian bobot x ranting faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri kelota*, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (*Strengths*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor kelemahan (*Weaknesses*) maka diperoleh nilai X sebagaimana sumbu horizontal yaitu $2.4 - 1.1 = 1.3$ maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1.3.

Tabel 3. Analisis SWOT Maktriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) pada Home Industri Kelota.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1. Peluang (Opportunities)			
a. Bahan baku mudah diperoleh	0,2	4	0,8
b. Perkembangan kemajuan teknologi	0,15	3	0,45
c. Hubungan baik dengan konsumen	0,2	4	0,8
Sub Total	0,55	11	2,05
2. Ancaman (Treaths)			
a. Permintaan konsumen menurun	0,15	3	0,45
b. Pandemi covid-19	0,15	3	0,45
c. Perubahan selera konsumen	0,15	3	0,45
Sub Total	0,45	9	1,35
Total (1+2)	1	20	3,4
Sumbu Y (Sub Total 1- Sub Total 2)			0,7

Sumber:Data Primer Setelah diolah 2022.

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa analisis lingkungan eksternal :

1. Faktor Peluang (*Opportunities*)

a. Bahan baku muda di peroleh

Bahan baku ialah bahan pokok atau bahan utama yang diolah dalam proses produksi menjadi produk jadi. Bahan utama yang menjadi dasar pembuatan produk adalah kelor. Bahan utama ini banyak tersedia di sekitaran pekarangan rumah warga yang berada di sekitaran tinggede. Oleh karena itu *home industri* kelor seduh tidak terkendala dalam memperoleh bahan baku.

b. Perkembangan kemajuan teknologi

Perkembangan teknologi yang terjadi ini dapat dijadikan peluang bagi para pelaku usaha tidak terkecuali usaha kelor seduh *home industri* kelota. Perkembangan teknologi produksi, komunikasi informasi, dan transportasi memberi pengaruh positif bagi perkembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota. Sebagai contoh, adanya penggunaan mesin pengering yang mempermudah kegiatan produksi yang dilakukan oleh industri, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Dan penggunaan alat stepler mempermudah dalam proses pengemasan. Hal ini tentu saja akan menghemat biaya dan waktu yang harus dikeluarkan dalam proses produksi.

c. Hubungan baik dengan konsumen

Berdasarkan hasil wawancara, *home industri* kelota memiliki hubungan yang sangat baik dengan konsumen sehingga terjadi kegiatan jual beli yang baik pula antara *home industri* kelota dengan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rating faktor strategis ini sebesar 3 atau keberadaannya penting. Artinya bahwa hubungan baik dengan konsumen meningkat menjadi peluang besar terhadap pengembangan usaha *home industri* kelota.

2. Faktor Ancaman (*Threats*)

a. Permintaan konsumen yang menurun

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, diketahui bahwa permintaan

konsumen juga merupakan ancaman bagi *home industri* hal ini dikarenakan keadaan Indonesia saat ini covid yang menyebabkan permintaan konsumen menurun. Sehingga jumlah pembelinya juga berkurang.

b. Pandemi Covid-19

Kemunculan pandemi covid-19 ini membuat seluruh aktifitas terhambat terkhusus pada sektor ekonomi dan industri. Industri kelota merupakan salah satu industri yang terdampak akibat pandemi covid-19 dimana mengalami penurunan permintaan.

c. Perubahan selera konsumen

Perubahan selera konsumen dikarenakan keinginan konsumen yang kadang ingin mencoba produk baru dengan inovasi yang berbeda. Jika hal ini terjadi akan berakibat pada penurunan permintaan pada produk kelor seduh. Perubahan selera konsumen bisa juga dikarenakan kualitas dari produk yang dikonsumsi, jika produk baik maka akan mendapat kepercayaan dari konsumen. Oleh karena itu *home industri* kelota dituntut harus menjaga kualitas kelor seduh yang dimiliki sehingga konsumen tidak beralih ke produk lain.

Tabel 3 menunjukkan bahwa koefisien EFAS faktor peluang (*Opportunities*) sebesar 2,05 adapun koefisien EFAS ancaman (*Threats*) sebesar 1,35 hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh *home industri* kelota lebih besar dari pada ancaman. Hal ini berarti bahwa *home industri* kelota dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota, yaitu total bobot x rating faktor peluang (*opportunities*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor ancaman (*Threats*) maka diperoleh nilai X sebagai sumbu vertikal yaitu $2,05 - 1,35 = 0,7$.

Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal yang berada pada strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota akan di formulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran usaha kelor seduh *home industri* kelota. Titik tersebut dapat dijadikan acuan dalam menentukan perumusan strategi dilihat dari sisi letak kuadrannya. Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan eksternal, diperoleh hasil pengurangan dari total skor faktor kekuatan dan total skor faktor kelemahan sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,3 sedangkan hasil pengurangan total skor

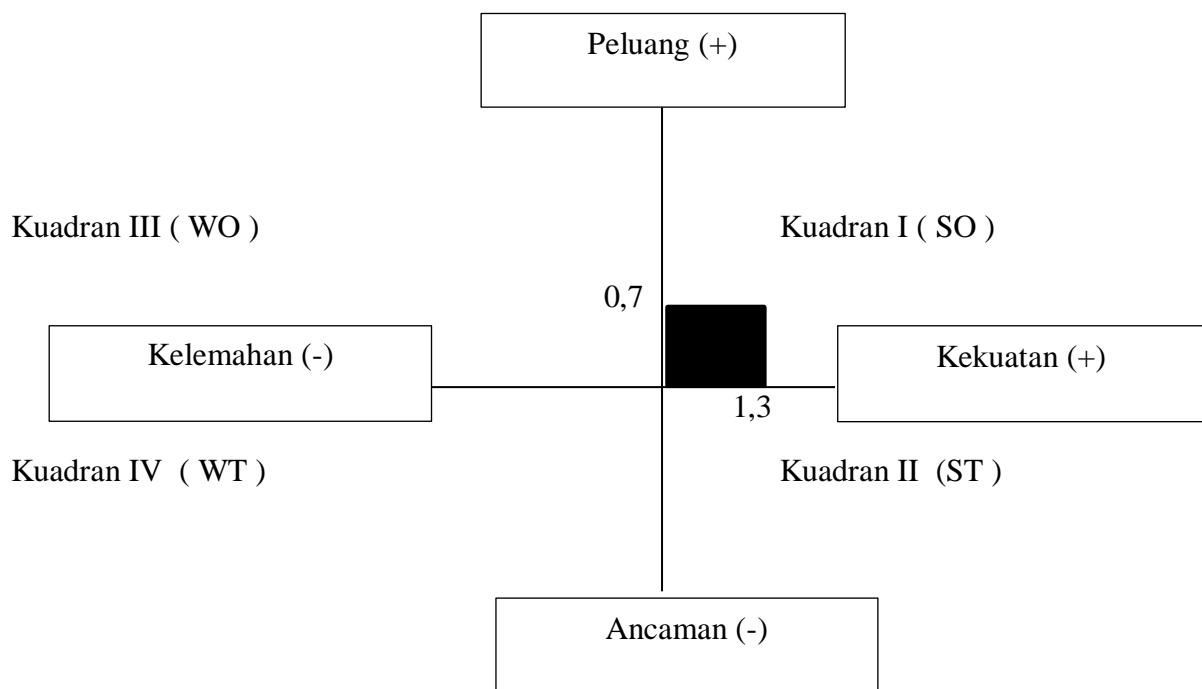
peluang dan total skor ancaman sebagai sumbu X yaitu sebesar 0,7.

Berdasarkan gambar 1 pada kuadran matriks SWOT, pada strategi pengembangan usaha kelor seduh *home industri* kelota berada pada kuadran 1, ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha kelor seduh *home industri* kelota memiliki kekuatan dan peluang (SO) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan oleh usaha kelor seduh *home industri* kelota dalam mengembangkan usahanya adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresiv.

Tabel 4. Hasil Skorsing Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Usaha Kelor Seduh *Home Industri* Kelota.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
1. Faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan	1,3	Sumbu Y
2. Faktor Eksternal Peluang dan Ancaman	0,7	Sumbu X

Sumber: Data Primer Setelah Diolah 2022.



Gambar 3. Diagram SWOT Strategi Pengembangan Usaha kelor Seduh Home Industri Kelota di Desa Tinggede.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan analisis SWOT, posisi strategi pengembangan berada pada kuadran I sehingga strategi yang dapat diterapkan pada pengembangan usaha Kelor Seduh *Home Industri* Kelota yaitu menggunakan strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha kelor seduh *Home Industri* Kelota.

Saran

Berdasarkan penelitian disarankan

1. Agar *home industri* Kelota tetap menjaga produksi yang dihasilkan untuk mempertahankan finetik sekaligus menarik konsumen finansial.
2. Mempertahankan kekuatan internal yang dimiliki serta memanfaatkan peluang eksternal, karena penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ini dapat dikembangkan dengan menerapkan strategi SO (Strengts-Opportunities).

DAFTAR PUSTAKA

- Afief. 2006. Perilaku Konsumen. *Pendekatan Praktis disertai:Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta. ANDI OFFSET, 2013). Hal 201.
- Bahriyah I, A Hayati & H. Zayadi. 2015. Studi Etnobotani Tanaman Kelor (*Moringa oleifera*) di Desa Sumber Kecamatan Tambelangan Kabupaten Sampang Madura. e-Jurnal Ilmiah BIOSAIN TROPIS (BIOSCIENCE-TROPIC). 1(1):61-67.
- Hardiyanthi F. 2015. Pemanfaatan Aktivitas Antioksidan Ekstrak Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) Dalam Sediaan Hand And Body Cream. Skripsi.Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta. 121 hal.
- Kholis N & Hadi F. 2010. Pengujian Bioassay Biskuit Balita yang disuplementasi Konsentrat Protein Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) Pada Model Tikus Malnutrisi. *Jurnal Teknologi Pertanian*. 11.(3):144-151.
- Krisnadi, A Dudi. 2015. *Kelor Super Nutrisi*. Blora: Pusat Informasi dan Pengembangan Tanaman Kelor Indonesia.
- Liyanti PR, Budhi S & Yusro F. 2015. Studi Etnobotani Tumbuhan yang dimanfaatkan di Desa Pesaguan Kanan Kecamatan Matan Hilir Selatan Kabupaten Ketapang. *Jurnal Hutan Lestari*. 393: 421-433.
- Mardiana, L. 2013. Daun Ajaib Tumpas Penyakit Cetakan 5. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mendeita A,B., Spordly, Reyes Sanchez, Salmeron Miranda, dan Halling, 2013. Biomass Production and Chemical Composition of *Moringa Oleifera* under Different Planting Densities and Levels of Nitrogen Fertilization. *Agroforest*.
- Mujianti dan Sukmawati. (2018). Efek Anti Hiperglikemik Teh Dun Kelor (*Moringa Oleifera*) Pada Wanita Dewasa Dengan Pradiabetes. *Jurnal Kesmas*.7(6)1-10.
- Mutiara T, Harijono, Estiasih T & Sriwahyuni E. 2012. Nutrient Content of Kelor (*Moringa Oleifera* Lamk) Leaves Powder Under Different Blanching Methods. *Food and Public Health*. 2(6): 296-300.
- Nasir, S., Soraya, D.F., dan Pratiwi, D., 2010. *Pemanfaatan Ekstrak Biji Kelor (Moringa Oleifera L.) Untuk Pembuatan Bahan Bakar Nabati*. Universitas Surabaya Teknik Kimia.
- Oktafiani R. 2018. Etnobotani Tumbuhan Obat Pada Masyarakat Desa Rahtawu di Lereng Gunung Muria Kudus. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo. 128 hal.
- Putro, Shandy Widjoyo. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2, No. 1,1-9
- Rangkuti, 2014. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta . PT Gramedia Pustaka Utama.
- Toripah, SS, Abidjulu J & Wehantouw F. (2014) Aktivitas Antioksidan dan Kandungan Total

- Fenolik Ekstrak Daun Kelor (*Moringa oleifera Lam*). *Pharmacon Jurnal Ilmiah 9Farmasih UNSRAT*. 3(4):37-43.
- Winarno, 2018. Tanaman Kelor (*Moringa oleifera*): *Nilai Gizi, Manfaat , dan Potensi Usaha* , Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 124 Halaman.
- Wiguna, Imam.(2018). *Pasar & Khasiat Kelor*. Depok: PT Trubus Swadaya.
- Yantu, M. R 2012. *Analisis SWOT Penentuan Rating Menggunakan Metode Obyektif*. Pasca Sarjana Untad. Palu.