

STRATEGI PENGEMBANGAN TANAMAN HERBAL “ASSYIFA’A” DI KOTA PALU SULAWESI TENGAH

Strategy Development Of Herbs “Assyifa’a” In Palu Central Sulawesi

Riska Sagitaningrum¹⁾, Afandi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
E-mail : riskasagitaningrum@yahoo.co.id
E-mail : Fandi_daus@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the development strategy of herbs "assyifa'a" in Palu, Central Sulawesi, by identifying the internal factors and external factors. Respondent performed (purposive) intentionally from the internal and external, namely the effort on the part of consumers. Once the process of analysis and discussion, regarding the achievement of this research and then give advice that can be used in the implementation of the strategy undertaken on designing business development strategy with SWOT method. Things that affect and cause strength (strength), weakness (Weakness), opportunities (opportunity), and threats (threat) on herbal plant products and system that exist in the "Assyifa'a". SO strategies generated by looking at the ability of "Assyifa'a" to implementation is as follows: increasing production capacity economically with good quality. Increase market share (market share) in the primary market and maximizing the volume with optimum volume outside the main market. Improving human resources to be able to utilize the resources that support as raw material, in this case of course is expected absence of government support.

Keywords: Development strategy, herbs plants "Assyifa'a", SWOT analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan tanaman herbal “assyifa’a” di Kota Palu Sulawesi Tengah, dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Penentuan responden dilakukan secara (*purposive*) sengaja dari pihak internal yaitu pihak usaha dan eksternal dari pihak konsumen. Setelah proses analisis dan pembahasan, mengenai pencapaian dalam penelitian ini dan kemudian diberikan saran yang dapat digunakan dalam pelaksanaan strategi yang dilakukan mengenai perancangan strategi pengembangan usaha dengan metode SWOT. Hal-hal yang mempengaruhi dan menyebabkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada produk tanaman herbal dan sistem yang ada di “Assyifa’a”. Strategi SO yang dihasilkan dengan melihat kemampuan “Assyifa’a” untuk mengimplementasikannya adalah sebagai berikut: meningkatkan kapasitas produksi secara ekonomis dengan mutu yang baik. Meningkatkan pangsa pasar (*market share*) di pasar utama dan maksimalisasi volume dengan volume yang optimal di luar pasar utama. Meningkatkan sumber daya manusia untuk dapat memanfaatkan sumber daya yang mendukung sebagai bahan baku, dalam hal ini tentunya sangat diharapkan adanya dukungan pemerintah.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi pengembangan, Tanaman herbal “Assyifa’a”.

PENDAHULUAN

Produk tanaman herbal merupakan salah satu tanaman yang berkhasiat sebagai obat yang mengatasi atau menanggulangi masalah kesehatan yang cukup banyak ditemukan dikawasan Indonesia. Pengetahuan tentang tanaman tersebut berdasar pada pengalaman dan keterampilan yang secara turun temurun diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Tanaman herbal telah digunakan secara turun-temurun oleh masyarakat di Sulawesi Tengah, berdasarkan resep nenek moyang, adat-istiadat, kepercayaan, atau kebiasaan setempat, baik bersifat *magic* maupun pengetahuan tradisional. Menurut penelitian masa kini, obat-obatan tradisional memang bermanfaat bagi kesehatan, dan kini digencarkan penggunaannya karena lebih mudah dijangkau masyarakat, baik harga maupun ketersediaannya. Tanaman herbal pada saat ini banyak digunakan karena menurut beberapa penelitian tidak terlalu menyebabkan efek samping, karena masih bisa dicerna oleh tubuh. Beberapa perusahaan mengolah tanaman herbal menjadi obat-obatan yang dimodifikasi lebih lanjut.

Faktor pendorong terjadinya peningkatan penggunaan tanaman herbal di negara maju adalah usia harapan hidup yang lebih panjang pada saat prevalensi penyakit kronik meningkat, adanya kegagalan penggunaan obat modern untuk penyakit tertentu diantaranya kanker, serta semakin luas akses informasi mengenai obat tradisional di seluruh dunia, (Dewi, 2009).

Sulawesi Tengah khususnya Kota Palu, banyak masyarakat sudah menggunakan tanaman herbal sebagai obat-obatan karena dipercaya mempunyai khasiat yang ampuh selain obat-obatan kedokteran. Namun, karena perkembangan zaman dan semakin meningkatnya pengetahuan manusia tentang farmakologi dan ilmu kedokteran, banyak masyarakat yang beralih ke obat-obatan dokter karena lebih mempercayai obat-obatan kimia yang telah teruji khasiatnya secara laboratorium, dibandingkan dengan obat

tradisional yang banyak belum bisa dibuktikan secara laboratorium.

Kota Palu tren penggunaan tanaman herbal sebagai pengganti obat kedokteran cukup meningkat, namun tidak didukung dengan ketersediaan lahan dan bahan baku yang sangat terbatas sehingga pengembangan tanaman herbal tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu kualitas dan kuantitas tanaman herbal sangat penting karena akan dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Perilaku pengguna tanaman herbal di Kota Palu semakin meningkat sehingga menjadikan tanaman herbal dapat bersaing dalam hal pemasarannya. Kota Palu yang berada di garis khatulistiwa memiliki keragaman hayati yang luar biasa, sehingga potensi tanaman herbal (obat-obatan) yang berasal dari aneka tumbuhan yang dapat dikembangkan, (Noer, 2011).

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat inilah yang menyebabkan permintaan akan tanaman herbal di pasaran lebih meningkat, namun dari segi pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*) kurang dipahami oleh produsen, sehingga pengembangan tanaman ini kurang meningkat. Sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan strategi pengembangan tanaman herbal dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat terutama pihak konsumen yang dituju.

Ketatnya kompetisi dalam dunia industri dewasa ini sebagai akibat dari perkembangan teknologi menuntut setiap perusahaan untuk lebih teliti dan terarah dalam menilai dan memfokuskan diri dalam persaingan produk maupun sistem industri. Penilaian sebuah perusahaan terhadap produknya dan sistemnya sendiri dan terhadap produk dan sistem dari para pesaingnya membuat perusahaan mengetahui yang harus dilakukannya untuk menghadapi para pesaingnya. Sedangkan fokus produk dan sistem sebuah perusahaan akan menentukan masa depan dari usaha tersebut. (Rangkuti, 2002).

“Assyifa’a” merupakan salah satu pengelola tanaman herbal yang memiliki skala usaha besar di Kota Palu, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 15 orang dan rata-rata jumlah produksinya yaitu sebesar 5000 bungkus pertahun. Jumlah tenaga kerja dan skala usaha yang cukup besar dapat menjadi kekuatan “Assyifa’a” dalam mengembangkan usahanya. Jumlah produksi yang besar juga dapat menjadi kekuatan dalam menguasai pasar.

Semua kegiatan usaha yang dijalankan oleh “Assyifa’a” tidak pernah lepas dari pengaruh lingkungan usaha tempat dimana beroperasi. Sebagai contoh jumlah pengelola pesaing yang berkecimpung dalam bidang yang sama yaitu industri penjualan tanaman herbal. Lingkungan usaha terkadang berubah sangat cepat dan terjadi secara terus-menerus, sehingga menuntut perusahaan untuk dapat memperkirakan dan mengelola lingkungan tersebut dengan baik agar tidak menghambat proses pencapaian tujuan perusahaan. “Assyifa’a” dalam proses produksinya menggunakan bantuan sinar matahari dalam proses penjemuran, sedangkan pada musim penghujan kesulitan untuk proses penjemuran bahan baku.

Assyifa’a tidak mempunyai tepat untuk pengeringan bahan baku sehingga tidak bisa melakukan aktifitas pada waktu musim penghujan. Kasus yang dapat dilihat adalah ketika terjadi kenaikan harga bahan baku dan bahan pengepakan, kapasitas produksi turun, dan harga jual tanaman herbal meningkat. Pada saat yang bersamaan daya beli masyarakat menurun karena tingginya harga tanaman herbal. Oleh karena itu Assyifa’a harus mampu melakukan analisis biaya, penerimaan, dan keuntungan, sehingga dapat mengambil keputusan strategi yang tepat. “Assyifa’a” dalam hal ini harus mampu menganalisa dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik itu dari lingkungan internal yang masih bisa dikendalikan maupun dari lingkungan eksternal yang sukar untuk dikendalikan.

Selama ini penggunaan SWOT tergantung pada usaha sejenis yang digunakan sebagai

pembanding atau menggunakan skala industri yang berasal dari sumber resmi. Apabila data pesaing belum terkumpul dan terpetakan maka SWOT dapat dilakukan tanpa pembanding atau skala industri dengan tetap tidak menghilangkan substansi kegunaannya akan tetapi ditambah fleksibilitasnya.

Menelaah lebih mendalam keberadaan komoditas karet ini sertamerumuskan langkah-langkah strategis pengembangannya dilakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* atau Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman).

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berkenaan dengan suatu kegiatan proyek atau usaha (Rangkuti, 2002), dengan analisis SWOT ini akan dispesifikasi tujuan dari kegiatan proyek atau usaha dimaksud dan diidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang bersifat *favorable* dan *unfavorable* dalam mencapai tujuan. Analisis SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan serta untuk menentukan strategi pengembangan yang akan ditempuh berdasarkan kepada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Herbal “Assyifa’a” Jalan Kijang Selatan 7 Kota Palu. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), karena merupakan salah satu lokasi penjualan tanaman herbal khususnya di Kota Palu, yang dilaksanakan pada bulan November 2013 sampai bulan Januari 2014.

Penentuan Responden

Penentuan responden dilakukan secara *Purposive* (sengaja). Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan konsumen tanaman herbal di Kota Palu. Mengenai sampel produsen digunakan metode penjangkauan (*Traicing Sampling*)

yaitu pengambilan sampel yang didasarkan atas informasi produsen tanaman herbal, yang terdiri dari 5 jenis tanaman herbal yang diminati 26 konsumen dari 100 konsumen.

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan konsumen dengan menggunakan daftar pertanyaan (Questionare), sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur-literatur dan instansi/dinas terkait dengan penelitian ini.

Pencapaian tujuan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Merumuskan strategi pengembangan dan pemasaran tanaman herbal menggunakan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dari pengembangan dan pemasaran tanaman herbal. Data mengenai faktor strategis dari setiap pengembangan dan pemasaran tanaman herbal kemudian diolah menggunakan alat analisis matriks SWOT untuk mendapatkan rumusan strategi pengembangan dan pemasaran tanaman herbal.

Tahapan pengumpulan data dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan dalam pemasaran tanaman herbal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, sedangkan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman. Faktor ini dibuat dalam bentuk matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan matriks IFAS (*Intrnal Factor Analysis Summary*).

Metode Analisis Data

Menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, dilakukan dengan cara subjektif dimana dapat ditentukan sendiri dari masing-masing kondisi faktor internal dan faktor eksternal. Total bobot sebesar satu untuk masing-masing kondisi (internal dan eksternal).

Pemberian rating dilakukan dengan cara objektif dimana ditanyakan langsung koresponden pada masing-masing kondisi faktor internal dan faktor eksternal dimana nilai skala 1-4 dengan kualifikasi, sebagai berikut :

1. Nilai 1 = Kurang penting/tersedia.
2. Nilai 2 = Penting/tersedia.
3. Nilai 3 = Cukup Penting/tersedia.
4. Nilai 4 = Sangat penting/tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha.

Usaha mengelola tanaman herbal sebagai obat-obatan sudah sejak lama dilakukan, sehingga Pemerintah Kota Palu melalui Dinas Kesehatan dan LIPI membantu melakukan uji sampel kandungan tanaman herbal yang dijual di "Assyifa'a" sehingga tanaman herbal tersebut baik dan sesuai dengan anjuran serta aman dan layak untuk dikonsumsi. Permintaan tanaman herbal "Assyifa'a" ini sampai ke pasar Jakarta, Makasar dan Manado.

"Assyifa'a" dibangun oleh Bapak H. Sahlan sendiri sejak tahun 2000, dengan modal awal ± Rp10 juta serta memiliki 10 tenaga kerja, dan mengelola macam-macam tanaman herbal seperti Petih Kebo, Leunca, Kayu Mas, Meniran dan Pulai Pandan. Lokasi budidaya tanaman herbal dan sekaligus sebagai tempat produksinya terletak di Desa Pakuli Kab.Sigi, sedangkan khusus pemasaran terletak di Jalan Kijang Selatan No.7 Kota Palu.

Mengidentifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Berdasarkan hasil analisis terhadap responden ditemukan beberapa indikator yang menggambarkan faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan strategi tanaman herbal "Assyifa'a", (Tabel 1).

Tabel 1. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Tanaman Herbal.

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
a. Bahan Baku Tersedia	a. Adanya dukungan dari pemerintah
b. Masyarakat Mempunyai Pengetahuan Meracik Obat Herbal	b. Perkembangan teknologi
c. Memiliki produk unggulan	c. Sumber Daya Alam yang mendukung
d. Memiliki lokasi yang strategis	d. Beralihnya Masyarakat dari menggunakan Obat Kimia Ke Obat Herbal
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
a. Belum memiliki Apotik	a. Adanya Usaha Di Tempat Lain Yang Produknya Lebih Murah
b. Masih menggunakan peralatan yang sederhana	b. Kenaikan harga BBM
c. Belum ada peningkatan SDM internal	c. Kenaikan Biaya Pengadaan Bahan Baku
d. Adanya Peningkatan Biaya (efisiensi)	d. Pencemaran Lingkungan

Sumber : Analisis Data Primer, 2014.

Analisis Lingkungan Internal. pada strategi pengembangan tanaman herbal “Assyifa’a” di arahkan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*). Analisis faktor kekuatan (*Strengths*) dari bagian internal tanaman herbal terdiri atas indikator penting sebagai berikut :

Ketersediaan Bahan Baku. Luasan perkebunan tanaman herbal yang dimiliki 4-5 ha, selain itu sebagai lagi diambil di sekitar kawasan hutan dalam Taman Nasional Lore Lindu, dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah masih memungkinkan untuk pengembangan tanaman herbal.

Masyarakat Mempunyai Pengetahuan Meracik Obat Herbal. Pengetahuan dan perkembangan suatu masyarakat tidak hanya didasarkan pada faktor fisik dan ekonomi suatu daerah, akan tetapi juga ditentukan oleh faktor sosial budaya berupa kebiasaan masyarakat meracik atau mengusahakan komoditas tanaman herbal sebagai alternatif pengobatan yang dilakukan secara turun temurun. Faktor tersebut merupakan kearifan lokal masyarakat setempat sesuai dengan keadaan alam (tipe lahan dan iklim), kultur sosial budaya.

Memiliki Produk Unggulan. Selama ini produk tanaman herbal “Assyifa’a” selalu menjaga kualitas produknya dengan cara memproduksi dengan daya simpan yang tahan lama yaitu sekitar enam bulan atau satu tahun. Lamanya daya simpan dipengaruhi oleh penjemuran dengan bantuan sinar matahari yang cukup lama sehingga kandungan air yang terkandung didalamnya berkurang. Selain itu tanaman herbal tersebut telah dikenal oleh sebagian besar konsumen yang berada di Kota Palu. Produk unggulan yang dimiliki tanaman herbal “Assyifa’a” yaitu petih kebo, leunca, kayu mas, meniran, pulay pandan.

Memiliki Lokasi yang Strategis. Kebun tanaman herbal terletak di Desa Pakuli Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi yang berdekatan dengan Kota Palu, sehingga akses pasar relatif cepat ke pusat perdagangan. Selain itu terdapat rumah penjualan yang terletak di Kota Palu. Selain memiliki faktor-faktor internal yang berpengaruh secara positif memberikan kekuatan atas keberadaan tanaman herbal di Kota Palu ada juga faktor-faktor negatif yang menunjukkan sisi lemah dari komoditas tanaman herbal yang dimaksud, yaitu:

Belum Memiliki Apotik. Produk tanaman herbal “Assyifa’a” sampai saat ini hanya memasarkan produknya di rumahan, hal ini

yang menjadi kelemahan untuk dapat memperluas daerah pemasaran. Selain itu apabila ada masyarakat yang ingin membeli tanaman herbal tersebut langsung datang ke rumah penjualan, namun apabila tidak mengetahui alamat terpaksa memesan melalui teman atau kerabat yang mengetahui alamat rumah.

Masih Menggunakan Peralatan Yang Sederhana. Pengolahan produk tanaman herbal “Assyifa’a” dilakukan dengan sangat sederhana, baik dari pengambilan sampai proses pengepakan ke dalam kantong plastik. Proses produksi dipotong-potong terlebih dahulu kemudian di keringkan dengan bantuan sinar matahari selama 3-7 hari tergantung panas matahari, kemudian didiamkan selama semalam baru di kemas dalam kantong plastik. Sehingga ketika persediaan tanaman herbal habis maka masyarakat yang membutuhkan harus menunggu selama satu minggu. Adanya teknologi membawa kemudahan untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan volume penjualan.

Belum Ada Upaya Peningkatan SDM Di Internal Assyifa’a. Tenaga kerja di internal “Assyifa’a” sudah menguasai proses pembuatan tanaman herbal dengan baik. Hal itu dikarenakan pemilik maupun karyawan mempunyai pengalaman yang cukup lama dalam proses pembuatan atau peracikan tanaman herbal. Selain itu proses pembuatan sangat sederhana dan tidak rumit, sehingga resiko kegagalan dalam pembuatan atau peracikan tanaman herbal sangat kecil atau hampir tidak ada. Kecilnya resiko kegagalan dalam pembuatan atau peracikan dapat mengurangi resiko kerugian.

Adanya Peningkatan Biaya. Peningkatan permintaan tanaman herbal oleh masyarakat tidak diimbangi dengan jumlah produksi tanaman herbal di perkebunan milik “Assyifa’a”, hal ini dikarenakan kapasitas luas areal lahan perkebunan sangat terbatas. Oleh karena itu, pengambilan bahan baku dari kawasan hutan dalam kawasan Taman Nasional

Lore Lindu terus meningkat setiap saat terlebih semenjak diberlakukannya tarif BBM menyebabkan kenaikan biaya perjalanan. Naiknya biaya pengambilan bahan baku tersebut membuat rendahnya efisiensi keuangan “Assyifa’a” ditandai dengan besarnya penurunan penjualan yang signifikan di tahun 2015, sehingga membuat keuangan “Assyifa’a” berkurang. Sehingga dikhawatirkan akan berdampak pada pengurangan tenaga kerja dalam pengambilan bahan baku di kawasan hutan.

Analisis Lingkungan Eksternal Faktor Eksternal: Peluang dan Ancaman. Analisis lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi faktor peluang (*Opportunities*) dan faktor ancaman (*Treats*) yang ada pada pengembangan industri pengolahantanaman herbal “Assyifa’a”, sebagai berikut: Beberapa faktor yang bersifat eksternal, yaitu faktor-faktor yang secara umum berasal dari domain luar yang tidak dikuasai dan tidak dapat dikendalikan oleh pelaku yang secara internal terlibat langsung dalam penyelenggaraan usaha maupun oleh keadaan dan performa internal yang dimiliki oleh komoditas tanaman herbal sebagiannya berdampak positif dengan memberikan peluang, yaitu:

Adanya Dukungan Pemerintah. “Assyifa’a” merupakan kegiatan usaha menengah (UKM) yang berorientasi pada pengembangan dan pengelolaan tanaman herbal, kegiatan pengolahan ini mendapat dukungan oleh Pemerintah Kabupaten Sigi, Kota Palu dan Pemerintah Propinsi Sulawesi Tengah. Salah satu bantuan yang diberikan oleh pemda adalah pengaspalan jalan ke perkebunan tanaman herbal, pembangunan pasanggrahan di tengah perkebunan, pemberian alat transportasi roda tiga serta bantuan pemeriksaan kandungan tanaman herbal ke LIPI. Sehingga faktor peluang dalam pengembangan tanaman herbal di Kota Palu sangat menjanjikan untuk dikembangkan.

Perkembangan Teknologi. Adanya teknologi yang semakin berkembang dewasa ini dapat dimanfaatkan “Assyifa’a”

dalam memperbaiki produktivitasnya dengan cara meningkatkan kualitas produk dan kehandalan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan teknologi yang terus mengalami kemajuan membawa dampak yang cukup besar pada perkembangan pengelolaan tanaman herbal. Kemajuan teknologi dapat meningkatkan strategi pengembangan seperti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga sangat berpengaruh pada perkembangan perusahaan, dan teknologi internet membawa kemudahan bagi “Assyifa’a” dalam mengembangkan usaha tanaman herbalnya. Persaingan dunia usaha yang cukup tinggi membuat beberapa pengelola tanaman herbal di Kota Palu menggunakan fasilitas internet sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

Sumber Daya Alam Yang Mendukung. Kegiatan industri rumahan “Assyifa’a” merupakan kegiatan yang menggandalkan produknya dari perkebunan sendiri dan alam, kegiatan ini tidak dapat beroperasi jika bahan baku tidak mencukupi, karena bahan baku merupakan pendukung utama dalam kegiatan industri untuk menghasilkan produksi tanaman herbalnya. Salah satu peluang yang terbesar dalam pengelolaan tanaman herbal, “Assyifa’a” mempunyai keunggulan tersendiri dibanding pengelola-pengelola yang lain, hal ini disebabkan karena mempunyai kebun milik sendiri disamping pengambilan didalam kawasan hutan. Prospek pengembangan tanaman herbal “Assyifa’a” sangat diuntungkan dengan adanya kawasan hutan disekitar kebun, sehingga ketersediaan stok bahan baku tidak menjadi masalah. Sementara itu, sebagian lainnya merupakan faktor-faktor yang bersifat negatif yang dipertimbangkan memberikan ancaman atas keberadaan tanaman herbal, yaitu:

Adanya Usaha Di Tempat Lain Yang Produknya Lebih Murah. Penjualan yang menghasilkan dan memasarkan produk

sejenis semakin banyak di Kota Palu, hal ini terjadi karena terjadi pergeseran dalam hal perilaku konsumen, serta peningkatan kemampuan ekonomi pelanggan yang mengubah orientasi mereka dari harga ke kualitas produk dan pelayanan. Ini yang menjadi ancaman bagi prodak tanaman herbal “Assyifa’a”, Hal itu dapat menjadi ancaman bagi perusahaan untuk dapat memperluas daerah pemasaran.

Kenaikan Harga BBM. Kenaikan harga BBM akhir-akhir ini sangat fluktuatif. Hal ini mempengaruhi kegiatan produksi. Kenaikan harga BBM berpengaruh pada pengambilan bahan baku dan pembelian plastic pengepakan. Ini disebabkan pada waktu harga bahan baku naik, kapasitas produksi menurun dan harga jual meningkat. Meningkatnya biaya produksi dan distribusi yang pada akhirnya akan meningkatkan harga jual tanaman herbal tersebut, sehingga kenaikan harga jual apabila tidak diikuti oleh meningkatnya daya beli masyarakat akan menyebabkan kerugian.

Kenaikan Harga Bahan Baku. Seiring dengan kenaikan biaya perjalanan dan produksi tanaman herbal maka pengelola di “Assyifa’a” menaikkan harga penjualan prodak tanaman herbal di tingkat masyarakat. Fluktuasi harga tanaman herbal yang terjadi merupakan faktor ancaman yang dirasa sangat berpengaruh pada stabilitas kinerja baik dari segi kuantitas maupun kualitas prodak yang dihasilkan sehingga pengembangan yang dilakukan juga akan terhambat. Selain itu juga dikhawatirkan akan mengancam kehilangan konsumen ditingkat pasar.

Pencemaran Lingkungan. Karena ketergantungan tanaman herbal yang tinggi dengan kondisi alam, maka perubahan iklim global yang berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan tanaman yang dapat mengakibatkan menurunnya produktivitas tanaman serta kualitas hasil. Selain itu adanya permintaan yang tinggi terhadap komoditas tertentu lainnya serta desakan kebutuhan atas lahan untuk kegiatan

ekonomi lainnya seperti pertambangan yang nampak marak akhir-akhir, menyebabkan kemungkinan terjadinya kompetisi dalam penggunaan lahan yang, pada gilirannya, dikhawatirkan berimbas pada konversi lahan yang sebelumnya ditanami tanaman herbal ke penggunaan lain.

Setelah faktor-faktor internal yang mempengaruhi tanaman herbal “Assyifa’a” teridentifikasi, selanjutnya dibuat dalam tabel IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*). Berdasarkan dari hasil perhitungan setiap rating, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai rating faktor internal yang disajikan pada Tabel 2. Koefisien IFAS bernilai $3,23 > 2,0$ maka perusahaan dapat merespon perubahan faktor-faktor internal yang mempengaruhi lingkungannya.

Berdasarkan hasil analisis *Internal Faktor Analisis Summary* (IFAS) pada Tabel 2 menunjukkan faktor kekuatan (*Strengths*) memiliki nilai lebih besar yaitu 2,21 dibanding dengan nilai faktor kelemahan (*Weakness*) yang bernilai 1,02. Hal ini dapat diartikan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Assyifa’a, prodak tanaman herbal dapat memaksimalkan faktor kekuatan yang ada untuk meminimalkan faktor-faktor kelemahannya. Tabel 2. Analisis SWOT Matriks (IFAS) Tanaman Herbal.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
(1)	(2)	(3)	(4)
Kekuatan (Strengths)			
Tersedianya Bahan Baku Lokal	0,20	4	0,80
Masyarakat Punya Pengetahuan Meracik Obat Herbal	0,10	3	0,30
Memiliki produk Unggulan	0,20	3	0,60
Memiliki Lokasi Yang Strategis	0,10	3	0,30
Sub.Total	0,60		2,10
Kelemahan (Weaknesses)			
Belum Memiliki Apotik	0,10	2	0,20
Masih Menggunakan Peralatan Yang Sederhana	0,10	3	0,30
Belum Ada Upaya Peningkatan SDM Internal Assyifa’a	0,10	2	0,20
Adanya Peningkatan Biaya (efisiensi)			
Sub. Total	0,40		0,90
Total (S+W)	1,00		3,00

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Faktor strategi pengembangan tanaman herbal “Assyifa’a” berdasarkan perhitungan dari nilai rating faktor internal ialah pengurangan antara faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu $2,10 + 0,90 = 3,00$ dijadikan titik koordinat pada sumbu X.

Faktor pengembangan strategi tanaman herbal berdasarkan perhitungan dari nilai rating faktor eksternal ialah pengurangan antara faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu $1,80 + 1,20 = 3,00$ yang dijadikan sebagai sumbu Y. Hasil kualitatif antara faktor internal dan faktor eksternal akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran strategi pengembangan industrinya. Tabel 3. Analisis SWOT Matriks (EFAS) Tanaman Herbal.

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
(1)	(2)	(3)	(4)
Peluang (Opportunities)			
Adanya dukungan dari pemerintah	0,20	3	0,60
Perkembangan Teknologi	0,10	3	0,30
Sumber daya alam yang mendukung	0,20	3	0,60
Beralihnya masyarakat dari menggunakan obat kimia ke obat herbal			
Sub.Total	0,60		1,80
Ancaman (Threats)			
Adanya usaha ditempat lain yang produknya lebih murah	0,10	3	0,30
Terjadinya kenaikan harga BBM	0,10	3	0,30
Kenaikan biaya pengadaan bahan baku	0,10	3	0,30
Kerusakan lingkungan			
Sub. Total	0,40		1,20
Total (O+T)	1,00		3,00

Sumber: Analisis Data Primer, 2014.

Berdasarkan hasil pembobotan dapat disimpulkan bahwa total skor faktor internal

yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu 3,00 (sangat penting). Total skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara total faktor peluang dan total faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu 3,00 disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil skoring faktor Internal dan Faktor Eksternal Tanaman Herbal.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	3,00	<i>Sumbu X</i>
Kelemahan (<i>Weakness</i>)		
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	3,00	<i>Sumbu Y</i>
Ancaman (<i>Treaths</i>)		

Sumber : Analisis Data Primer Setelah Diolah, 2014

Keterangan :

Lingkungan Internal : Kekuatan > Kelemahan (3,00)

Lingkungan Eksternal : Peluang > Ancaman (3,00).

Pengembangan Strategi. Hasil penelitian pada tanaman herbal yang telah diolah melalui hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat digunakan pendekatan matriks analisis SWOT. Dari hasil kuaadran SWOT di atas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan pada tanaman herbal “Assyifa’a” yaitu strategi SO (*Strengths Opportunities*). Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan perusahaan atau industri karena memiliki peluang dan kekuatan yang bisa dimanfaatkan dalam mengembangkan usahanya ke masa yang akan datang, sehingga strategi ini dapat dikategorikan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan internal industri untuk memanfaatkan peluang eksternal, pada matriks analisis SWOT /IFAS dan EFAS menyatakan beberapa strategi alternatif sebagai kegiatan yang dapat dilakukan untuk mendukung strategi pengembangan tanaman herbal “Assyifa’a” sebagai berikut:

Tabel 5. Matriks analisis SWOT Strategi Pengembangan Tanaman Herbal.

Strenghts (S) Kekuatan(Strenghts)	Weakness (W) Kelemahan (Weakness)
a. Tersedianya bahan baku lokal	a. Belum memiliki Apotik
b. Masyarakat punya pengetahuan meracik obat herbal	b. Masih menggunakan alat yang sederhana
c. Memiliki produk unggulan	c. Belum ada upaya peningkatan SDM internal “Assyifa’a
d. Memiliki lokasi yang strategis	d. Adanya peningkatan biaya (efisiensi)
Opportunitie(O) Peluang (Opportunities)	Strategi (WO)
a. Adanya dukungan dari pemerintah	a. Memaksimalkan manajemen bahan baku dalam produksi untuk meningkatkan pemasaran
b. Perkembangan teknologi	b. Memaksimalkan peralatan olahan melalui perkembangan teknologi
c. Sumber Daya Alam yang mendukung	c. Perusahaan dapat meminimalkan biaya dan meningkatkan pengolahan tanaman herbal
d. Beralihnya masyarakat dari menggunakan obat kimia ke obat herbal	d. Meminimalkan peningkatan biaya dalam pengembangan Sumber Daya Alam (tanaman herbal)
Ancaman (Threats)	Strategi (WT)
a. Adanya usaha ditempat lain yang harga produk lebih murah	a. Memaksimalkan manajemen persediaan bahan baku serta mengetahui informasi kenaikan haraga BBM
b. Terjadinya kenaikan harga BBM	b. Meningkatkan SDM perusahaan melalui pelatihan yang dapat efektif menggunakan teknologi
c. Kenaikan biaya pengadaan bahan baku	c. Meminimalkan peningkatan biaya dalam mengatasi terjadinya kenaikan harga bahan baku
d. Pencemaran lingkungan	d. Meminimalkan peningkatan biaya untuk menanggulangi terjadinya perubahan fungsi lahan perkebunan

Sumber: Analisis Data Primer, 2014.

Implementasi Strategi pengembangan tanaman herbal Assyifa’a. Berdasarkan Tabel 8, matrik IFAS dan EFAS, implementasi strategi pengembangan tanaman herbal

menunjukkan beberapa program kegiatan yang akan dilakukan oleh “Assyifa’a” dalam meningkatkan pemasarannya sebagai berikut:

1. Assyifa’a harus selalu meningkatkan kualitas produksinya dengan memperhatikan mutu produk tanaman herbalnya, untuk menjaga kualitas produk selalu memperhatikan bahan baku seperti kualitas pengepakan, bobot timbangan yang akan digunakan dalam produksi serta pelayanan terhadap konsumen. Selain itu juga selalu menjaga higienitas tempat dan proses produksi dan peningkatan pengawasan serta pengendalian kualitas bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan/peracikan tanaman herbal. Kendalanya adalah “Assyifa’a” belum bisa memanfaatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan kualitas produk.
2. Perusahaan dapat memaksimalkan produksinya dengan memperluas pengembangan tanaman herbal yang ada di Sulawesi Tengah sebagai bahan baku untuk memenuhi permintaan pasar. Tanaman herbal “Assyifa’a” memiliki peluang pasar yang cukup baik untuk memasarkan produknya di Kota Palu.
3. Perusahaan dapat mengolah tanaman herbal “Assyifa’a” dengan peralatan mesin pengolahan yang lebih canggih untuk meningkatkan hasil olahan yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi.
4. Pengembangan tanaman herbal tentunya harus didukung oleh lingkungan yang baik, terhindar dari terjadinya pencemaran lingkungan. Kerena dengan kerusakan lingkungan dapat mengakibatkan tanaman herbal yang semakin berkurang sehingga terjadi pemanfaatan tanaman herbal yang tidak berkesinambungan.
5. Perusahaan dapat memanfaatkan tenaga kerja dalam meningkatkan keterampilan tenaga kerja lainnya untuk menggunakan teknologi olahan. Selain itu juga dapat meningkatkan proses produksi untuk menciptakan produk dari berbagai jenis tanaman herbal.
6. Lokasi yang strategis perusahaan dapat maksimal dalam memenuhi kebutuhannya,

baik itu peralatan, akses bahan baku serta akses pemasaran, dengan tersedianya tenaga kerja. Tanaman herbal “Assyifa’a” termasuk berada pada kawasan yang masih strategis, karena lokasinya terletak di Kota Palu. Dalam hal ini perusahaan tidak kesulitan khususnya untuk meningkatkan akses bahan baku dari beberapa daerah baik melalui darat dan laut, serta memperluas akses pemasaran dalam negeri maupun luar negeri melalui transportasi udara, laut dan darat.

Strategi Utama Untuk Pengembangan Usaha. Dari analisis di atas dapat diketahui bahwa Assyifa’a setidaknya mampu bersaing dengan pangsa pasar lainnya di Kota Palu. Karena perusahaan sudah mempunyai pelanggan tetap sehingga kegiatan produksi masih berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kebutuhan tanaman herbal di Kota Palu masih sangat besar, tercatat tiap tahun setidaknya 5000 bungkus yang dibutuhkan (bersumber dari Assyifa’a), dengan hal ini bahwa tanaman herbal Assyifa’a layak untuk memperluas daerah pemasaran baik lokal, maupun ke kota-kota lain di Wilayah Sulawesi. Karena semakin luas area pemasarannya akan memberikan keuntungan yang banyak bagi kas Assyifa’a serta menjadi semakin berkembang. Dengan adanya daerah perluasan pemasaran ini secara tidak langsung akan meningkatkan kapasitas produksi.

Dari hasil penelitian di atas strategi yang dihasilkan dalam pengembangan usaha adalah perusahaan ingin meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan daerah pemasarannya ke pangsa pasar luar yang lebih luas. Dengan memperluas daerah pemasaran maka akan semakin meningkat juga perkembangan Assyifa’a.

Dalam hal ini visi dan misi Assyifa’a sudah sesuai dengan strategi yang dihasilkan dalam penelitian ini. Sehingga berusaha mempertahankan visi dan misi untuk meningkatkan perkembangan. Bentuk Assyifa’a sekarang ini merupakan perusahaan perorangan karena pengelola perusahaan

hanya pemilik perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusianya kurang tertata dengan baik. Seiring berjalannya waktu Assyifa'a dapat berkembang menjadi perusahaan yang lebih terorganisasi, sehingga manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusianya bisa tertata dengan baik.

Kaitannya dengan strategi pengembangan usaha perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan karena hal ini berpengaruh pada perkembangan perusahaan kedepannya. Untuk mengatasinya dapat dilakukan dengan cara selalu meningkatkan kualitas produknya sehingga kepercayaan konsumen akan produk tanaman herbal semakin meningkat.

Kepercayaan pemasok juga menjadi penting karena kegiatan produksi tergantung pada pemasok dalam pendistribusian bahan baku. Begitu juga dengan kepercayaan konsumen, apabila Assyifa'a dapat bekerja sama dengan baik maka akan mendapat kepercayaan dari para konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah proses analisis dan pembahasan, mengenai pencapaian dalam penelitian ini dan kemudian diberikan saran yang dapat digunakan dalam pelaksanaan strategi yang dilakukan mengenai perancangan strategi pengembangan usaha dengan metode SWOT Analisis di "Assyifa'a" dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hal-hal yang mempengaruhi dan menyebabkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada produk tanaman herbal dan sistem yang ada di "Assyifa'a" adalah sebagai berikut:
 - a. Kekuatan : bahan baku yang tersedia, keahlian meracik, memiliki produk unggulan, lokasi yang strategis.
 - b. Kelemahan : belum memiliki apotik, alat masih sederhana. SDM masih rendah.
 - c. Peluang : mendapat dukungan pemda, perkembangan teknologi baru, SDA

mendukung. d. Ancaman : adanya pangsa lain, kenaikan harga BBM dan bahan baku, pencemaran lingkungan.

2. Strategi SO yang dihasilkan dengan melihat kemampuan "Assyifa'a" untuk mengimplementasikannya adalah sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan kapasitas produksi secara ekonomis dengan mutu yang baik.
 - b. Meningkatkan pangsa pasar (*market share*) di pasar utama dan memaksimalkan volume dengan volume yang optimal di luar pasar utama.
 - c. Sumber daya manusia,
 - d. Dukungan pemerintah,
 - e. Sumber daya yang mendukung sebagai bahan baku.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang tanaman herbal "Assyifa'a" dan kemudian memberikan saran sebagai berikut :

1. "Assyifa'a" hendaknya perluas pangsa pasar baik pasar lokal, dengan cara memanfaatkan kemajuan di bidang teknologi informasi (baik melalui media cetak atau media elektronik). Sehingga produk tanaman herbal bisa dikenal oleh kalangan masyarakat luas.
2. Memperbaiki sistem manajemen baik manajemen sumber daya manusia maupun manajemen keuangan dan perluasan perkebunan tanaman herbalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Noer, 2011. *Tanaman Obat dari Hutan Lindung Gawalise*. Jurnal. Sulawesi Tengah.
- Rangkuti, F. 2002. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia, Jakarta.
- Dewi, T. M. 2009. *Studi Etnobotani Tumbuhan Obat di Hutan Adat Pengajit Desa Sahana Kecamatan Seluas Kabupaten Bengkaya*. Fakultas Kehutanan. Untan, Pontianak.