
**Strategi Pengembangan Produk Teh Kapulaga di Desa Sukowuwuh
Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo
(Studi Kasus Kelompok Tani Suko Makaryo Desa Sukowuwuh)**

Yuni Astuti^{1*}, Istiko Agus Wicaksono², Dyah Panuntun Utami³
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: yunia2798@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan produk teh kapulaga di desa Sukowuwuh kecamatan Bener kabupaten Purworejo 2) mengetahui faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan produk teh kapulaga di desa Sukowuwuh kecamatan Bener kabupaten Purworejo 3) mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan produk teh kapulaga di desa Sukowuwuh kecamatan Bener kabupaten Purworejo. Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus. Lokasi Penelitian dilakukan di Kelompok Tani Suko Makaryo Desa Sukowuwuh Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo. Jumlah Sampel terdiri dari 5 orang yang terdiri dari 3 informan kunci dan 2 informan biasa. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dan QSPM. Hasil perumusan alternatif strategi yang bisa diterapkan dalam usaha teh kapulaga di kelompok tani Suko Makaryo desa Sukowuwuh ini adalah dengan melakukan perizinan legalitas usaha, melakukan branding di media sosial secara intensif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbaiki kemasan produk dengan desain yang menarik dengan, menambah informasi produk dengan legalitas dan manfaat fungsional teh kapulaga, meningkatkan promosi melalui media sosial facebook simbol kapul untuk memberikan informasi manfaat teh kapulaga dan menarik minat konsumen, melakukan peningkatan produksi teh kapulaga dengan menggunakan alat produksi yang lebih modern, melakukan pengeringan menggunakan alat bantu oven, memperluas distribusi produk, dan melakukan penyimpanan bahan baku kapulaga kering di gudang produksi.

Kata Kunci : *teh, kapulaga, kekuatan, kelemahan, ancaman, peluang*

ABSTRACT

This study aims to 1) determine the internal factors that are strengths and weaknesses in the development of cardamom tea products in Sukowuwuh village, Bener sub-district, Purworejo district 2) find out external factors that become opportunities and threats in developing cardamom tea products in Sukowuwuh village, Bener district, Purworejo district 3) find out alternative strategies that can be applied to the development of cardamom tea products in the village of

Sukowuwuh, Bener sub-district, Purworejo district. The basic method used is a case study. The location of the research was in the Suko Makaryo Farmer's Group, Sukowuwuh Village, Bener District, Purworejo Regency. The number of samples consisted of 5 people consisting of 3 key informants and 2 regular informants. The analytical method used is SWOT and QSPM analysis. The results of the formulation of alternative strategies that can be applied in the cardamom tea business in the Suko Makaryo farmer group in Sukowuwuh village are by licensing business legalities, doing branding on social media intensively to increase consumer confidence, improving product packaging with attractive designs by adding product information. with the legality and functional benefits of cardamom tea, increasing promotion through social media facebook simbok kapul to provide information on the benefits of cardamom tea and attracting consumer interest, increasing cardamom tea production by using more modern production equipment, drying using oven tools, expanding product distribution , and storage of dried cardamom raw materials in the production warehouse.

Keywords : *tea, cardamom, strengths, weaknesses, threats, opportunities*

I. PENDAHULUAN

Pemanfaatan tanaman sebagai obat tradisional pada saat ini terus meningkat yang disebabkan adanya anggapan sebagian besar masyarakat bahwa tanaman obat tidak menimbulkan efek samping, sehingga masyarakat banyak yang memanfaatkan tanaman obat sebagai salah satu alternatif untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit (Sukandar dkk., 2016).

Krisis kesehatan saat ini akibat adanya pandemi COVID-19 yang belum juga usai, pengobatan tradisional menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan masyarakat untuk memutus rantai penularan serta menjaga imunitas tubuh. Jamu merupakan obat herbal tradisional yang telah dipraktekkan selama berabad-abad di masyarakat Indonesia untuk menjaga kesehatan. Jamu dapat berfungsi untuk menjaga imunitas tubuh agar terhindar dari virus yang sedang merebak.

Kapulaga adalah salah satu tanaman obat yang dibutuhkan oleh masyarakat namun mempunyai suplai yang masih relatif kecil. Tanaman kapulaga merupakan salah satu diantara tanaman rempah yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan berprospek cerah. Potensi pengembangan kapulaga di Indonesia cukup tinggi, namun peningkatan produksinya selama ini belum mencukupi kebutuhan pasar dalam dan luar negeri. Sehubungan dengan hal tersebut, kelompok Tani Suko

Makaryo menjadikan usaha teh kapulaga.

Penurunan harga kapulaga sering mengakibatkan petani menjual hasil panen dalam keadaan basah. Usaha teh kapulaga ini merupakan inovasi agar harga yang didapatkan oleh petani bisa lebih meningkat, akan tetapi pemasaran produk yang belum meluas dan persaingan pasar yang ketat menjadikan produk teh kapulaga ini harus memiliki strategi yang tepat untuk bersaing dan berkembang.

Output pengolahan kapulaga selain menjadi jamu juga bisa menjadi teh kapulaga. Produk teh ini kini mulai dikembangkan di kelompok tani Suko Makaryo desa Sukowuwuh kabupaten Purworejo. Strategi pengembangan produk teh kapulaga ini belum banyak dikenal oleh masyarakat dan masih berkembang.

Teh kapulaga produksi Kelompok Tani Suko Makaryo ini memiliki kekuatan yaitu daya simpan produk lama, bahan baku melimpah, memiliki manfaat bagi kesehatan, tidak memiliki efek samping, dan merupakan varian rasa baru teh herbal. Kelemahan pada usaha pengolahan teh kapulaga ini diantaranya kurangnya ketrampilan produksi, alat yang digunakan masih sederhana, desain produk masih sederhana, proses pengeringan masih mengandalkan alam, tidak memiliki informasi detail produk, dan belum memiliki mitra bahan baku teh murni.

Peluang usaha teh kapulaga ini yaitu perubahan pola pikir masyarakat untuk hidup sehat, meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi teh herbal berkhasiat, peran pemerintah untuk mengembangkan umkm, peluang penyebaran produk di wilayah Jawa Tengah, kemajuan teknologi dan media online. Ancaman dalam usaha teh kapulaga ini antara lain cuaca yang tidak menentu berpengaruh terhadap proses pengeringan, banyaknya pesaing baru di wilayah lain, produk sejenis memiliki kemasan yang sangat menarik, produk teh lain memiliki manfaat fungsional lain harga bahan baku tidak stabil.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka artikel ini mengkaji tentang strategi pengembangan produk teh kapulaga di desa Sukowuwuh kecamatan Bener kabupaten Purworejo menggunakan analisis SWOT QSPM.

II. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Kelompok Tani Suko Makaryo Desa Sukowuwuh Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo. Pemilihan kelompok Tani Suko Makaryo sebagai lokasi penelitian karena di Purworejo tepatnya desa Sukowuwuh yang melakukan produksi pengolahan teh kapulaga hanya di kelompok tani tersebut dan merupakan usaha baru. Responden dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari 3 informan kunci dan 2 informan biasa.

Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil usaha teh kapulaga dan mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan teh kapulaga di desa Sukowuwuh kecamatan Bener kabupaten Purworejo. Analisis yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha adalah analisis SWOT dan QSPM.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat secara keseluruhan strategi pengembangan yang diterapkan dalam usaha teh kapulaga. Analisis data menggunakan analisis SWOT dan penentuan prioritas strategi digunakan analisis QSPM. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan informan kunci dan informan biasa.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Faktor Internal

Analisis lingkungan internal yang didapat pada saat penelitian dan telah didiskusikan dengan informan kunci usaha teh kapulaga di desa Sukowuwuh ini yaitu: daya simpan lama, bahan baku melimpah, memiliki manfaat bagi kesehatan, memiliki kandungan anti mikroba, dan tidak memiliki efek samping.

Faktor-faktor kelemahan pada usaha ini antara lain: kurangnya ketrampilan produksi, alat produksi masih sederhana, desain kemasan masih sederhana, proses pengeringan masih mengandalkan alam, dan tidak ada informasi detail produk.

Tabel 1. Matrik IFAS

No.	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Daya simpan produk lama	0,07	4	0,28
2	Bahan baku melimpah	0,09	3,4	0,306
3	Memiliki manfaat bagi kesehatan	0,1	4	0,4
4	Memiliki manfaat antimikroba	0,13	3,4	0,442
5	Tidak memiliki efek samping	0,09	3,4	0,306
6	Merupakan varian rasa baru teh herbal	0,099	3	0,3
Kelemahan				
7	Kurangnya ketrampilan produksi	0,08	4	0,32
8	Alat produk masih sederhana	0,11	3,8	0,418
9	Desain Produk masih sederhana	0,11	3,4	0,374
10	Proses pengeringan masih mengandalkan alam	0,1	3	0,4
11	Tidak memiliki informasi detail produk	0,12	3,6	0,432
12	Belum memiliki mitra bahan baku teh murni	0,09	3	0,28
	Total	1	36	3,788

Sumber : Analisis Data Primer (2020)

Faktor yang menjadi kekuatan yang diharapkan meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk mengembangkan usaha ini adalah daya simpan produk lama memiliki hasil skor 0,028, rating 4, dan bobot 0,07. Bahan baku melimpah memiliki skor 0,306 dengan rating 3,4 dan bobot 0,09. Memiliki manfaat bagi kesehatan memiliki skor 0,4 dengan rating 4 dan bobot 0,1. Memiliki manfaat anti mikroba memiliki hasil skor 0,442 dengan rating 3,4 dan bobot 0,13. Tidak memiliki efek samping memiliki hasil skor 0,306 dengan rating 3,4 dan bobot 0,09. Merupakan varian rasa baru teh herbal memiliki skor 0,3 dengan rating 3 dan bobot 0,099.

Kelemahan pada usaha pengembangan ini antara lain kurangnya ketrampilan produksi memiliki skor 0,32 dengan rating 4 dan bobot 0,8. Alat produksi masih sederhana memiliki hasil skor 0,418 dengan rating 3,8 dan bobot

0,11. Desain kemasan masih sederhana memiliki hasil skor 0,374 dengan rating 3,4 dan bobot 0,11. Proses pengeringan masih mengandalkan alam memiliki skor 0,4 dengan rating 3 dan bobot 0,1. Tidak ada informasi detail produk memiliki hasil skor 0,432 dengan rating 3,6 dan bobot 0,12. Belum memiliki mitra bahan baku teh murni memiliki skor 0,28 dengan rating 3 dan bobot 0,09.

2. Analisis Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal peluang usaha teh kapulaga ini yaitu perubahan pola pikir masyarakat untuk hidup sehat, meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi teh herbal berkhasiat, peran pemerintah untuk mengembangkan umkm, peluang penyebaran produk di wilayah Jawa Tengah, kemajuan teknologi dan media online.

Ancaman dalam usaha teh kapulaga ini antara lain cuaca yang tidak menentu berpengaruh terhadap proses pengeringan, banyaknya pesaing baru di wilayah lain, produk sejenis memiliki kemasan yang sangat menarik, produk teh lain memiliki manfaat fungsional lain. harga bahan baku stabil, Sulitnya penyediaan bahan baku kapulaga yang tidak menentu untuk memenuhi permintaan pasar. Hasil analisis faktor eksternal dapat dilihat dari hasil Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Matrik EFAS

No.	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Perubahan pola pikir masyarakat untuk hidup sehat	0,078	3,8	0,2983
2	Meningkatnya kesaaran masyarakat untuk mengkonsumsi teh herbal berkhasiat	0,081	4	0,3263
3	Peran pemerintah dalam pengembangan UMKM	0,093	3,8	0,3535
4	Peluang penyebran produk di wilayah jawa tengah karena belum memiliki banyak pesaing.	0,1	4	0,4117
5	Kemajuan teknologi produksi dn media online	0,093	3,6	0,3373
6	Varian baru teh kapulaga	0,063		0,1266
Ancaman				
7	Cuaca tidak menentu berpengaruh terhadap proses pengeringan	0,083	3,6	0,3016
8	Banyaknya pesaing baru di wilayah lain	0,085	2,2	0,1878

Lanjutan Tabel 2

9	Produk sejenis memiliki kemasan lebih menarik	0,086	2,4	0,2085
10	Produk teh lain memiliki manfaat fungsional lain	0,086	2,2	0,1911
11	Harga bahan baku tidak stabil	0,083	2	0,1661
12	Sulitnya penyediaan bahan baku kapulaga yang tidak menentu untuk memenuhi permintaan pasar	0,61	2	0,122
Total		1	31,6	3,031

Sumber : Analisis Data Primer (2020)

Hasil analisis peluang pada usaha pengembangan usah ini diantaranya Perubahan pola pikir masyarakat untuk hidup sehat memiliki skor 0,2983 dengan rating 3,8 dan bobot 0,078. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi teh herbal berkhasiat memiliki skor 0,3263 dengan rating 4 dan 0,081. Peran pemerintah dalam pengembangan umkm memiliki hasil skor 0,3535 dengan rating 3,8 dan bobot 0,93. Peluang yang menjanjikan pemasaran produk karena belum memiliki banyak pesaing memiliki hasil skor 0,4117 dengan rating 4 dan bobot 0,1. Kemajuan teknologi produksi dan media online memiliki skor 0,3373 dengan rating 3,6 dan bobot 0,063. Varian baru teh kapulaga memiliki skor 0,1266 dengan rating 2 dan bobot 0,063.

Hasil analisis ancaman usaha pengembangan ini sebagai berikut Cuaca tidak menentu berpengaruh terhadap proses pengeringan memiliki skor 0,3016 dengan rating 3,6 dan bobot 0,083. Banyaknya pesaing baru di wilayah lain memiliki hasil skor 0,1878 dengan rating 2,2 dan bobot 0,085. Produk sejenis memiliki kemasan lebih menarik memiliki skor 0,2085 dengan rating 2,4 dan bobot 0,086. Produk teh lain memiliki manfaat fungsional lain memiliki skor 0,1911 dengan 2,2 dan bobot 0,086. Harga bahan baku tidak stabil memiliki hasil skor 0,1661 dengan rating 2 dan bobot 0,083. Sulitnya penyediaan bahan baku kapulaga yang tidak menentu untuk memenuhi permintaan pasar memiliki skor 0,122 dengan rating 2 dan bobot 0,61.

3. Analisis Alternatif Strategi

Alternatif strategi pengembangan usaha tepung mocaf di PT. Rumah Mocaf Indonesia yang sesuai digunakan adalah matrik SWOT. Analisis matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matrik SWOT

INTERNAL	STRENGTHS (S) 1. Daya simpan produk lama 2. Bahan baku melimpah 3. Memiliki manfaat bagi kesehatan 4. Memiliki kandungan Antimikroba 5. Tidak memiliki efek samping 6. Merupakan varian baru teh herbal	WEAKNESSES (W) 1. Kurangnya ketrampilan produksi 2. Alat produksi yang masih sederhana 3. Desain kemasan masih sederhana 4. Proses pengeringan masih mengandalkan alam 5. Tidak ada informasi detail produk 6. Belum memiliki mitra bahan baku produk teh murni
EKSTERNAL	STRATEGI S-O 1. Meningkatkan promosi melalui media sosial facebook Simbok Kapul untuk memberikan informasi manfaat teh kapulaga dan menarik minat konsumen (S4, S5, O1, O5) 2. Melakukan branding di media sosial secara intensif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (S3,S5,O2) 3. Melakukan pengembangan umkm varian baru teh kapulaga melalui DINKUKMP (S6, O6)	STRATEGI W-O 1. Memperluas distribusi produk (W1, O4) 2. Memperbaiki kemasan produk dengan desain menarik (W3, W5, O5) 3. Melakukan perizinan legalitas usaha. (W5, O4) 4. Melakukan kemitraan dengan penghasil teh murni di wilayah setempat (W6, O4, O5)
OPORTUNIES (O) 1. Perubahan pola pikir masyarakat untuk hidup sehat 2. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman teh herbal berkhasiat 3. Peran pemerintah dalam pengembangan umkm 4. Peluang yang menjanjikan pemasaran produk karena belum memiliki banyak pesaing 5. Kemajuan teknologi produksi dan media online 6. Varian teh kapulaga	TREARHS (T) 1. Cuaca yang tidak menentu berpengaruh terhadap proses pengeringan 2. Banyaknya pesaing baru di wilayah lain 3. Produk sejenis memiliki kemasan lebih menarik 4. Varian rasa baru produk teh herbal pesaing yang lebih bervariasi 5. Harga bahan baku yang stabil 6. Sulitnya penyediaan bahan baku kapulaga yang tidak menentu untuk memenuhi permintaan pasar	STRATEGI S-T 1. Melakukan penyimpanan bahan baku kapulaga kering di gudang produksi (S1, T5, T6) 2. Melakukan peningkatan produksi teh kapulaga dengan menggunakan alat produksi yang lebih modern. (S2, T2,) 3. Menambah varian rasa baru pada teh kapulaga (S2, S6, T4)
	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T 1. Melakukan pengeringan menggunakan alat bantu oven (W2, T1) 2. Menambah informasi produk dengan legalitas dan manfaat fungsional teh kapulaga (W3, W5, T3, T4) 3. Mitra diharapkan untuk mengembangkan produk teh kapulaga (W6, T6)

Sumber : Analisis Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 3 matrik SWOT diperoleh strategi yang dapat dijadikan sebagai alternative strategi pengembangan usaha the kapulaga di

kelompok tani Suko Makaryo. Berikut adalah alternative yang dapat digunakan sebagai strategi pengembangan:

a. Strategi S-O

Meningkatkan promosi melalui media sosial facebook Simbok Kapul untuk memberikan informasi manfaat teh kapulaga dan menarik minat konsumen (S4, O1, O5). Melakukan branding di media sosial secara intensif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (S3, S5, O2). Melakukan pengembangan umkm varian baru teh kapulaga melalui DINKUKMP (S6, O3). Ketiga hal tersebut merupakan rumusan strategi yang Strategi S-O berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

b. Strategi S-T

Melakukan penyimpanan bahan baku kapulaga kering di gudang produksi (S1, T5, T6). Melakukan peningkatan produksi teh kapulaga dengan menggunakan alat produksi yang lebih modern (S2, T2). Menambahkan varian rasa baru pada teh kapulaga (S2, S6, T4). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi W-O

Memperluas distribusi produk (W1, O4). Memperbaiki kemasan produk dengan desain menarik (W3, W5, O5). Melakukan perizinan legalitas usaha (W5, O4). Melakukan kemitraan dengan penghasil teh murni di wilayah setempat (W6, O4, O5). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi W-T

Melakukan pengeringan menggunakan alat bantu oven (W2, T1). Menambah informasi produk dengan legalitas dan manfaat fungsional teh kapulaga (W3, W5, T3, T4). Mitra diharapkan untuk mengembangkan produk teh kapulaga (W6, T6). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat

defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

4. Analisis Matrik QSPM

Berdasarkan data Matrik QSPM bisa diketahui bahwa jumlah tertinggi strategi ada pada Strategi IX yaitu melakukan perizinan legalitas usaha dengan total AS 80 dan total TAS 6,781. Strategi tertinggi ke 2 yaitu ada pada strategi II dengan melakukan branding di media sosial secara intensif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan total AS 79 dan TAS 6,64. Strategi ke 3 yang disarankan yaitu strategi VIII yaitu memperbaiki kemasan produk dengan desain yang menarik dengan total AS 75 dan TAS 6,318. Strategi selanjutnya setelah strategi XII yaitu strategi ke XII, menambah informasi produk dengan legalitas dan manfaat fungsional teh kapulaga. Strategi selanjutnya yaitu strategi I, meningkatkan promosi melalui media sosial facebook simbol kapul untuk memberikan informasi manfaat teh kapulaga dan menarik minat konsumen.

Strategi selanjutnya yaitu strategi V, melakukan peningkatan produksi teh kapulaga dengan menggunakan alat produksi yang lebih modern. Strategi selanjutnya yaitu strategi XI, melakukan pengeringan menggunakan alat bantu oven. Strategi selanjutnya yaitu strategi VII, memperluas distribusi produk. Strategi selanjutnya yang disarankan yaitu strategi III, melakukan penyimpanan bahan baku kapulaga kering di gudang produksi. Strategi selanjutnya yaitu strategi X, melakukan kemitraan dengan penghasil teh murni di wilayah setempat. Strategi yang selanjutnya yaitu strategi VI, menambah varian rasa baru pada teh kapulaga. Strategi selanjutnya yaitu strategi IV, melakukan pengembangan umkm melalui DINKUKMP. Strategi yang terakhir yaitu strategi XIII, mitra diharapkan untuk mengembangkan produk teh kapulaga. Tigabelas strategi di atas sudah diurutkan berdasarkan banyaknya jumlah poin yang didapat dari setiap strategi, sehingga dapat disimpulkan ada 3 strategi inti yang disarankan kepada usaha teh kapulaga di desa Sukowuwuh kecamatan Bener kabupaten Purworejo.

Ketiga strategi utama yang disarankan tersebut diantaranya melakukan perizinan legalitas usaha, melakukan branding di media sosial secara intensif

untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbaiki kemasan produk dengan desain yang menarik merupakan strategi yang dapat dilakukan dalam jangka pendek sehingga pengeluaran atau modal yang digunakan tidak terlalu besar dibandingkan dengan produksi yang dijalankan serta strategi tersebut dirasa bisa diutamakan dibandingkan dengan strategi lain yang bisa dilakukan dalam jangka panjang.

Sepuluh dari tigabelas strategi yang ada dalam matrik QSPM ini merupakan strategi jangka panjang yang bisa dilakukan diwaktu yang akan datang. Waktu jangka panjang ini juga bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan usaha teh kapulaga untuk melakukan penambahan informasi produk dengan legalitas dan manfaat fungsional teh kapulaga, meningkatkan promosi melalui media sosial facebook simbok kapul untuk memberikan informasi manfaat teh kapulaga dan menarik minat konsumen, melakukan peningkatan produksi teh kapulaga dengan menggunakan alat produksi yang lebih modern, melakukan pengeringan menggunakan alat bantu oven, memperluas distribusi produk, melakukan penyimpanan bahan baku kapulaga kering di gudang produksi, melakukan kemitraan dengan penghasil teh murni diwilayah setempat, menambah varian rasa baru teh kapulaga, melakukan pengembangan umkm varian baru teh kapulaga melalui DINKUKMP, dan mitra diharapkan untuk mengembangkan produk teh kapulaga.

IV. PENUTUP

Rumusan alternative strategi untuk pengembangan teh kapulaga yaitu, 1) Meningkatkan promosi melalui media sosial facebook Simbok Kapul untuk memberikan informasi manfaat teh kapulaga dan menarik minat konsumen, 2) Melakukan branding di media sosial secara intensif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, 3) Melakukan pengembangan umkm varian baru teh kapulaga melalui DINKUKMP, 4) Melakukan penyimpanan bahan baku kapulaga kering di gudang produksi, 5) Melakukan peningkatan produksi teh kapulaga dengan menggunakan alat produksi yang lebih modern, 6) Menambah varian rasa baru pada teh kapulaga, 7) Memperluas distribusi produk, 8) Memperbaiki kemasan

produk dengan desain menarik, 9) Melakukan perizinan legalitas usaha, 10) Melakukan kemitraan dengan penghasil teh murni di wilayah setempat, 11) Melakukan pengeringan menggunakan alat bantu oven, 12) Menambah informasi produk dengan legalitas dan manfaat fungsional teh kapulaga, 13) Mitra diharapkan untuk mengembangkan produk teh kapulaga.

Prioritas strategi yang disarankan untuk pengembangan produk teh kapulaga yaitu melakukan perizinan legalitas usaha, melakukan *branding* di media sosial secara intensif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperbaiki kemasan produk dengan desain yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. 2011. *Strategic Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba.
- Hairo, Z. 2019. *Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Berbahan Baku Daun Kelor Dan Prospek Pengembangannya: Kasus CV. Tri Utami Jaya* (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Karsiningsih, E. 2016. Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Teh Gaharu di Kabupaten Bangka Tengah (Studi Kasus: Teh Gaharu “Aqilla” Gapoktan Alam Jaya Lestari). *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, Volume 2(2), Halaman 143-151. Diakses dari <https://journal.umy.ac.id/index.php/ag/article/view/2280>
- Marlius, D., dan Putra, R. D. 2018. Strategi Pengembangan Sulam Bayang. *Jurnal Benefita*, Volume 3(2), Halaman 204-218. Diakses dari <http://ejournal.ildikti10.id/index.php/benefita/article/view/3494>
- Mukhlisin, M., Utami, D.P., dan Wicaksono, I, A. 2020 Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Teh Kulit Manggis di Kelompok Wanita Tani Sri Lestari Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan* Volume 9.1: Halaman 62-75. Diakses dari <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/view/1159>
- Nasriati, dan Pujiharti, Y. 2012. *Budidaya Tanaman Obat Keluarga (Toga)*. Lampung : Balai Pengkajian Tehnologi Pertanian (BPTP) Lampung.
- Rangkuti.F., 1997. *Analisi SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Kelima . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,.

- Rangkuti, F., 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Kesebelas. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sandriana, N., Hakim, A., dan Saleh, C. 2014. Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster di Kota Malang. *Reformasi*, Volume 5 Nomor 1, Halaman: 89-100. Diakses dari <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/reformasi/article/view/66>
- Sari, A., Windani, I., dan Hasanah, U. 2020 Strategi Pengembangan Produksi Kapulaga Kelompok Tani “Tani Jaya” di Desa Watuduwur Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, Volume 9. Nomor 1, Halaman: 1-12. Diakses dari <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/view/1154>
- Sedarmayanti, S., & Rozadin, D. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Pegawai Primer Koperasi Kartika Yuddha Mandiri Pussenif TNI AD. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, Volume 11 Nomor 1, Halaman: 110-126. Diakses dari <http://180.250.247.102/index.php/jia/article/view/32>
- Sukandar, D., Hermanto, S., Amelia, E. R., dan Zaenudin, M. 2015. Aktivitas antibakteri ekstrak biji kapulaga (*Amomum compactum* Sol. ex Maton). *Jurnal Kimia Terapan Indonesia (Indonesian Journal of Applied Chemistry)*, Volume 17 Nomor 2, Halaman: 119-129. Diakses dari <http://inajac.lipi.go.id/index.php/InaJAC/article/view/28>
- Surakhmad, W. (1994). *Pengantar Penelitian Ilmiah Dan Dasar Metode Teknik*. Bandung: Transito.
- Umar, H. (2001). *Strategic Manajement In Action*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.