

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TEH DAUN GAHARU “ALIANA”
DI DESA SIMPANG PERLANG, KECAMATAN KOPA,
KABUPATEN BANGKA TENGAH**

*BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF "ALIANA" ALOES LEAF TEA
IN SIMPANG PERLANG VILLAGE, KOPA DISTRICT,
CENTRAL BANGKA REGENCY*

Yulia

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi,
Universitas Bangka Belitung
Email : yuliaubb@gmail.com

***Abstract** : Most of the Indonesian population works as farmers. One economical industrial potential in the agriculture industry are aloes leaf tea. Aloes leaf tea is a tea that has many benefits for the human body. In Central Bangka, some MSMEs can produce aloe leaf tea that was quite popular with local people, however, this business opportunity is still on a local scale. This study aimed to formulate a business development strategy for aloes leaf tea in "Aliana" MSMEs in Simpang Perlang Village, Koba District, Central Bangka Regency, in increasing enthusiasts of aloes leaf tea products. The case study method was used in this study. Data analysis used a qualitative descriptive method with SWOT analysis. The results showed that the aloe leaf tea business "Aliana Syrup" has potential as a profitable industry because it has a unique taste and is a rare product. Business development strategies aloes leaf tea to do, among others: Promotions, perform satisfactory service, register to National Food and Drug Birocy (BPOM), product innovations, additional capital, maintain taste and quality, improving product quality, and new variations.*

***Keywords:** development strategy, gaharu leaf tea, industrial, MSMEs, SWOT analyst*

Abstrak : Penduduk Indonesia sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Salah satu pertanian yang berpotensi sebagai industri ekonomis yakni industri teh daun gaharu. Teh daun gaharu merupakan salah satu teh yang memiliki banyak khasiat bagi tubuh. Di Bangka Tengah terdapat UMKM yang dapat memproduksi teh daun gaharu yang cukup diminati masyarakat lokal, namun peluang bisnis tersebut masih dalam skala lokal. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan usaha teh daun gaharu di UMKM “Aliana” di Desa Simpang Perlang Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah dalam meningkatkan peminat kreasi teh daun gaharu. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Metode penelitian dilakukan secara deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan situasi yang sedang atau dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi atau usaha menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menggunakan matriks SWOT menunjukkan

bahwa usaha teh daun gaharu “Sirup Aliana” memiliki potensi sebagai industri yang menguntungkan karena memiliki cita rasa unik dan merupakan kreasi langka. Strategi pengembangan usaha teh daun gaharu yang dapat dilakukan antara lain : melakukan promosi, melakukan pelayanan yang memuaskan, menerapkan teknologi produksi, melakukan perluasan pemasaran, mendaftarkan ke BPOM, membuat inovasi kreasi produk, tambahan modal, konsisten dalam kualitas, serta mempertahankan cita rasa, meningkatkan kualitas produk, dan menambah variasi baru.

Kata kunci : analisis SWOT, industri, strategi pengembangan, teh daun gaharu, UMKM

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dan mayoritas penduduknya berpenghasilan sebagai petani. Hal ini karena kondisi alam yang kontributif dengan hamparan lahan yang luas, keragaman hayati yang melimpah, serta beriklim tropis dimana sinar matahari terdapat sepanjang tahun sehingga dapat menanam tanaman sepanjang tahun. Kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan posisi Indonesia yang dinilai amat strategis.

Berdasarkan letak geografis, Indonesia terletak pada daerah tropis yang memiliki curah hujan yang tinggi sehingga banyak jenis tumbuhan yang dapat hidup dan tumbuh dengan cepat. Pertanian di Indonesia menghasilkan berbagai macam tanaman komoditas ekspor seperti padi, jagung, kedelai, sayur-sayuran, aneka cabai, ubi dan singkong. Selain itu, Indonesia juga dikenal dengan hasil perkebunan di

antaranya adalah karet, kelapa sawit, tembakau, kapas, kopi, tebu, dan teh. Indonesia saat ini adalah produsen teh terbesar ketujuh di dunia. Salah satu komoditas perkebunan yang termasuk ke dalam komoditas unggulan nasional adalah teh (Indonesia, 2010). Tanaman teh banyak diolah menjadi kreasi minuman yang disukai masyarakat, sehingga banyak inovasi kreasi minuman teh yang dibuat dengan menggunakan bahan baku tanaman lain seperti teh daun gaharu yang berbahan dasar daun gaharu.

Gaharu merupakan salah satu komoditi hasil hutan bukan kayu (HHBK) yang cukup dapat diandalkan, khususnya apabila ditinjau dari harganya yang sangat istimewa bila dibandingkan dengan HHBK lainnya. Hampir seluruh bagian tanaman gaharu dapat dimanfaatkan. Nilai jual yang tinggi dari gaharu ini mendorong masyarakat untuk memanfaatkannya. Kreasi ini di pasarkan dalam bentuk kayu, serbuk, dan

minyak (parfum) (Setyaningrum & Saporinto, 2014). Selain itu tanaman gaharu juga dapat di pasarkan dalam bentuk teh.

Tanaman gaharu sudah dikenal luas di Indonesia, khususnya masyarakat pedesaan, tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal dalam kehidupan sehari-hari. Ketersediaan bahan baku yang cukup banyak dan belum ada pengolahan inilah yang menjadi peluang bisnis. Bisnis olahan yang dapat dibuat dalam penggunaan tanaman gaharu yaitu teh daun gaharu. Kreasi olahan teh daun gaharu ini memiliki keunggulan dari kreasi lain karena bahan bakunya mudah di dapat dan memiliki banyak khasiat bagi tubuh. Di Kepulauan Bangka Belitung terdapat UMKM yang mengolah kreasi olahan teh yang berbahan dasar daun gaharu.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat (Nurmala, 2012). Salah satu UMKM yang mengembangkan dan memproduksi usaha teh daun gaharu ini

adalah UMKM Sirup Aliana yang terletak di Simpang Perlang Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah.

Usaha teh daun gaharu yang diproduksi oleh UMKM Sirup Aliana ini milik Ibu Elis Nurbaini yang sudah berjalan kurang lebih 6 tahun. Proses pembuatan teh daun gaharu milik UMKM Sirup Aliana ini hampir sama dengan pembuatan teh pada umumnya, namun dalam pembuatan teh ini terdapat perbedaan pada bahan baku utama yang digunakan. Pada pembuatan teh biasanya menggunakan pucuk daun tanaman teh, sedangkan di UMKM Sirup Aliana menggunakan semua daun gaharu sebagai bahan baku utama untuk pembuatan teh daun gaharu.

Pengolahan sistem agribisnis dalam usaha pembuatan teh daun gaharu ini masih kurang, terutama dalam penggunaan teknologi yang canggih atau modern dalam proses produksi. Adanya penerapan teknologi modern dalam usaha pembuatan teh daun gaharu mampu meningkatkan permintaan konsumen. Dilihat dari kebiasaan masyarakat yang banyak mengkonsumsi minuman teh dan inovasi kreasi teh yang dibuat oleh UMKM Sirup Aliana yang berbahan baku utama daun gaharu yang mempunyai banyak khasiat bagi kesehatan tubuh manusia diantaranya adalah obat stroke, mengatasi diabetes,

mengobati asam urat, menyehatkan ginjal, mencegah kanker prostat, meredakan asma, mengatasi gangguan susah tidur, mencegah hipertensi, melancarkan aliran darah, dan mengatasi disfungsi seksual.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengkaji strategi pengembangan usaha teh daun gaharu di UMKM Sirup Aliana Kelurahan Simpang Perlang, Kecamatan Koba, Bangka Tengah, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Berdasarkan uraian tersebut maka perlu dilakukan analisis untuk mengkaji potensi dan merumuskan strategi pengembangan usaha teh daun gaharu di UMKM “Aliana” di Desa Simpang Perlang Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah dalam meningkatkan peminat kreasi teh daun gaharu.

II. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Sirup Aliana Desa Simpang Perlang Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*). Analisis data akan diuji secara deskriptif kualitatif dengan cara mengevaluasi suatu kasus untuk diamati dan dianalisis secara cermat sampai

tuntas (Sugiyono, 2010). Data kualitatif diperoleh melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan penelitian (transkrip).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha Pembuatan Teh Daun Gaharu

UMKM Sirup Aliana ini berlokasi di Jalan KH. Wahid Hasyim Simpang Perlang Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah. UMKM ini didirikan pertama kali oleh Ibu Elis Nurbaini pada tahun 2011. Pada awal berdirinya UMKM “Aliana”, kreasi pertama yang diproduksi yakni Sirup Jeruk Kunci Aliana, kemudian pada tahun 2014 mulai memproduksi teh daun gaharu. Saat ini UMKM “Aliana” mulai fokus pada produksi teh daun gaharu, karena gaharu merupakan minuman yang langka yang memanfaatkan hasil perkebunan gaharu yang ada di Bangka. Bahan baku gaharu banyak dipasok dari petani gaharu di Desa Lubuk Besar.

UMKM Sirup Aliana menjadi salah satu perusahaan minuman sari buah yang unggul, sehat, dan berdaya saing di Pulau Bangka. Hal tersebut diwujudkan dengan cara membuat dan menghasilkan kreasi dengan kualitas terbaik,

menggunakan bahan baku yang berkualitas, dan menjalin kerjasama yang baik dengan pemasok dan distributor (Yulia dkk., 2021). Saat ini UMKM Sirup Aliana telah memproduksi teh daun gaharu, sirup jeruk kunci, biang sirup jeruk kunci, sirup merah, dan juga minuman gaharu jeruk. Produksi minuman olahan di UMKM Sirup Aliana dilakukan oleh 7 orang anggota yang tugas sebagai bendahara, sekretaris, bagian produksinya, bagian pemerasan dan bagian pengemasan. Sumber daya manusia (SDM) di UMKM Sirup Aliana mayoritas terdiri dari ibu rumah tangga di Desa Simpang Perlang.

Teh daun gaharu mulai dikenal secara luas karena diketahui memiliki banyak khasiat untuk kesehatan dan juga dapat dikonsumsi di semua kalangan karena harga yang terjangkau. Jalur pemasaran teh daun gaharu di UMKM Sirup Aliana ini konsumen dapat membeli langsung ke tempat produksi atau melalui biro-biro pengecer.

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau tindakan bagaimana agar tujuan tersebut dapat

dicapai. Strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Proses pengembangan merupakan suatu proses usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (Kotler & Keller, 2011).

Tindakan tersebut tersusun berdasarkan strategi pengembangan yang diambil sebagai bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikan-nya (Engel dkk., 1995). Strategi pengembangan berfungsi sebagai perumusan dan penimbang faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Adapun strategi pengembangan usaha UMKM teh daun gaharu, meliputi :

1. Peluang bisnis

Saat ini bisnis kuliner cukup menjanjikan. Berbagai macam jenis makanan dan minuman bermunculan dengan kreatifitas yang menarik dan unik, salah satunya adalah teh daun (Muchtadi, 2008). Teh yang umum dikonsumsi oleh masyarakat, yakni teh

celup, namun ada beberapa jenis teh seperti teh hijau, teh olong, dan teh herbal.

Teh herbal merupakan teh yang mempunyai banyak khasiat bagi tubuh. Salah satu teh herbal adalah teh daun gaharu, namun masyarakat belum banyak yang mengetahui komposisi dari teh daun gaharu. Teh daun gaharu dipercaya sebagian orang memiliki banyak manfaat seperti obat stroke, mengatasi diabetes, mengobati asam urat, menyehatkan ginjal, mencegah kelenjar prostat, meredakan asma, mengatasi gangguan susah tidur (insomnia), mencegah hipertensi, melancarkan aliran darah, dan juga mengatasi disfungsi seksual (Hariana, 2008). Salah satu UMKM yang memproduksi teh daun gaharu adalah UMKM Sirup Aliana yang berlokasi di Desa Simpang Perlang Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*strength, weakness, oportunity, threat*) adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan yang tepat dan melakukan strategi perusahaan yang terbaik (Nawawi, 2003). Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang

(*opportunitiy*), namun secara bersamaan dapat membatasi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Analisis SWOT akan menganalisis dalam bentuk deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi kondisi sebagai faktor masukan, kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Analisis SWOT dipengaruhi dari faktor internal dan eksternal yang dimana faktor internal tersebut faktor yang masih dapat dikendalikan oleh perusahaan sedangkan untuk faktor eksternal diperlukan dalam menentukan strategi karena pada umumnya faktor ini sering kali berada di luar kendali perusahaan. Adapun hasil matriks analisis SWOT dari UMKM Sirup Aliana sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT Teh Daun Gaharu

Internal Eksternal	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau. 2. Telah memiliki perizinan usaha. 3. Telah memiliki label halal usaha. 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi sederhana atau peralatan yang digunakan masih sederhana 2. Belum memiliki Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). 3. Promosi belum optimal
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang tersedia cukup 2. Adanya perkembangan teknologi. 3. Tingginya permintaan teh gaharu dari lokal maupun luar Bangka Belitung 4. Mendapatkan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bangka Tengah 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi (S1,2,3,4, O1,2,) 2. Peningkatan pelayanan atau melakukan pelayanan yang memuaskan (S1,4, O3) 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan teknologi produksi (W1, O2) 2. Melakukan perluasan pemasaran (W3, O1,2) 3. Mendaftarkan kreasi ke BPOM (W2, O3)
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing dengan bahan baku yang berbeda. 2. Kreasi mudah ditiru sehingga memicu akan adanya pesaing. 3. Daya beli masyarakat rendah. 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat inovasi kreasi (S1,2,3 T1,2,3). 2. Tambahan modal (S4, T1,2,3) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsisten dalam kualitas serta mempertahankan cita rasa (W1,2, T1,2,3) 2. Meningkatkan kualitas kreasi (W1,2 T1,2) 3. Menambah variasi baru (W1,2, T1,2)

Berdasarkan matriks analisis SWOT pada tabel 1. diketahui matriks internal dan eksternal serta bagaimana strategi dalam pengembangan kreasi teh daun gaharu. Adapun hasil analisa faktor internal dan eksternal dari UMKM ini yakni :

Faktor Internal

a. Strength (Kekuatan)

1. Harganya terjangkau

Harga yang ditawarkan cukup terjangkau yaitu Rp 7.000 per botol, sehingga dari semua kalangan konsumen dapat menikmati kreasi tersebut.

2. Telah memiliki perizinan usaha

UMKM teh daun gaharu telah memiliki perizinan usaha atau perijinan IKM. UMKM Sirup Aliana telah memiliki SKU, TDU, dan SIUP. SKU Nomor 24/SKU/19.04.01.1005/2014. TDU No. 503/010/TDI/KPPTSP/2015. SIUPNo.503/010/SIUPPHP/DKP/2015. Usaha teh daun gaharu ini juga telah memiliki nomor PIRT. Nomor PIRT teh daun gaharu adalah No. 2.13.1904.04.0078-21.

3. Telah memiliki label halal

Kreasi teh daun gaharu ini juga telah memiliki label halal usaha yang didapatkan dari MUI. Nomor halal teh daun gaharu adalah 311200001790417. Hal ini menyebabkan konsumen tidak perlu khawatir akan status kehalalan pada kreasi.

b. Weakness (Kelemahan)

1. Teknologi sederhana atau peralatan yang tradisional

2. Belum memiliki BPOM

Produk yang dijual belum didaftarkan ke BPOM sehingga kreasi tersebut belum terjamin dari unsur-unsur berbahaya.

3. Promosi belum optimal

Usaha teh daun gaharu ini belum melakukan promosi dengan optimal dan masih berskala lokal.

Faktor Eksternal

a. Opportunities (Peluang)

1. Bahan baku yang tersedia cukup

Bahan baku pembuatan teh daun gaharu mudah didapat dengan harga terjangkau.

2. Adanya perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin meningkat sehingga memudahkan produsen dalam memasarkan kreasinya ke konsumen baik lokal maupun luar kota bahkan luar negeri. Indonesia juga muncul tren jajanan online, hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial sehingga mempermudah penyebaran informasi.

3. Tingginya permintaan teh gaharu baik dari lokal maupun luar Bangka Belitung

Permintaan teh gaharu semakin meningkat seiring dengan peningkatan pendidikan masyarakat yang mulai memahami manfaat teh gaharu bagi tubuh sehingga diminati banyak orang atau konsumen .

4. Mendapat dukungan dari pemerintah

Kabupaten Bangka Tengah

Kreasi teh daun gaharu sangat dukung oleh pemerintah Kabupaten Bangka Tengah. Kreasi teh daun gaharu telah banyak ikut serta dalam pameran-pameran UMKM guna memperkenalkan kreasi teh daun gaharu secara luas sehingga dapat menarik lebih banyak peminat.

b. Threats (Ancaman)

1. Adanya pesaing dengan bahan baku berbeda

Kreasi teh daun gaharu memiliki pesaing dari UMKM lain yang menjual kreasi serupa namun berbeda susunan bahan baku. Bahan baku yang mudah didapatkan memudahkan produsen untuk berinovasi sehingga memunculkan ciri khas yang unik.

2. Kreasi mudah ditiru sehingga memicu adanya pesaing

Kreasi teh daun gaharu ini memiliki banyak khasiat bagi tubuh dan juga proses produksi yang mudah sehingga membuat pesang meniru kreasi teh daun gaharu.

3. Daya beli masyarakat rendah karena kasus pandemi

Daya beli masyarakat yang depresiasi karena pendapatan konsumen di masa pandemi tidak seimbang dengan kebutuhan yang diperlukan, sehingga menyebabkan daya beli masyarakat akan kreasi produk yang diproduksi tersebut mengalami depresiasi.

Selain faktor internal dan eksternal, tabel matriks analisis SWOT UMKM teh daun gaharu juga menggambarkan strategi-strategi pengembangan usaha UMKM sebagai berikut :

a. Strategi S-O

Strategi S-O menggambarkan suatu strategi atau alternatif yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

yang ada. Adapun strategi S-O yang didapat dari tabel :

1. Melakukan promosi

Kreasi teh daun gaharu ini dapat dipasarkan dan diperkenalkan kepada konsumen dengan cara promosi yang memanfaatkan perkembangan teknologi 4.0. Promosi yang digunakan dapat menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp ataupun dari mulut ke mulut.

2. Peningkatan pelayanan

Pelayanan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam proses jual beli. Sebagai produsen tentu harus memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Oleh karena itu, produsen diharuskan untuk memiliki sifat ramah tamah dan baik.

b. Strategi W-O

Strategi W-O menggambarkan bagaimana suatu strategi memanfaatkan peluang yang ada untuk membatasi kelemahan yang ada. Adapun strategi W-O yang didapatkan dari tabel tersebut adalah:

1. Menerapkan teknologi produksi

Menerapkan teknologi produksi dengan menggunakan teknologi-teknologi baru agar mempermudah kegiatan produksi dan meningkatkan produksi serta kreativitas yang diterapkan di tempat usaha.

2. Melakukan perluasan pemasaran atau promosi berkelanjutan

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk memasarkan kreasi teh daun gaharu. Oleh karena itu, UMKM Sirup Aliana harus meningkatkan pemasarannya baik di dalam maupun luar daerah dengan melakukan promosi yang berkelanjutan seperti mengikuti pameran, brosur, dan media online lainnya agar teh daun gaharu dikenal oleh masyarakat luas.

3. Mendaftarkan kreasi ke BPOM

Mendaftarkan kreasi teh daun gaharu ke BPOM membuat konsumen yakin akan komposisi yang ada dalam kreasi tidak berbahaya. Hal ini juga dapat meningkatkan minat konsumen memilih kreasi teh daun gaharu serta dapat meningkatkan keuntungan.

c. Strategi S-T

Strategi S-T menggambarkan bagaimana membuat suatu strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun strategi S-T yang didapatkan dari tabel tersebut adalah :

1. Membuat inovasi produk

Inovasi produk ini sangat penting bagi keberlanjutan usaha. Inovasi kreasi seperti kemasan kreasi dan bentuk yang lebih menarik dapat menambah minat konsumen dan juga dapat menjadikan pembeda dari kreasi lainnya.

2. Tambahan modal

Keterbatasan modal yang didapat dalam pengembangan kreasi teh daun gaharu ini

memberikan banyak pengaruh dalam setiap kegiatannya. Tambahan modal dapat berupa uang maupun peralatan. Biaya operasional, pembelian bahan gaharu, pemesanan kemasan belum bisa terpenuhi.

d. Strategi W-T

Strategi W-T menggambarkan bagaimana membuat suatu strategi dengan membatasi kelemahan dan menghindari ancaman yang ada. Adapun strategi W-T yang didapatkan dari tabel tersebut adalah :

1. Konsisten dalam kualitas serta mempertahankan cita rasa

Konsisten dalam kualitas dan mempertahankan cita rasa itu sangat penting di dalam suatu usaha. Hal ini juga dapat menjadi strategi untuk mempertahankan konsumen ditengah munculnya pesaing dengan kreasi yang sejenis. Konsisten dalam kualitas dapat dilakukan dengan cara menjaga kebersihan di lingkungan pembuatan teh daun gaharu dan juga dapat menggunakan bahan baku yang segar. Selain itu, untuk mempertahankan cita rasa dapat dilakukan dengan cara konsisten dalam penggunaan komposisi dalam setiap produksi.

2. Meningkatkan kualitas kreasi produk

Peningkatan kualitas kreasi dapat menjadi strategi dalam mempertahankan konsumen. Peningkatan kualitas kreasi dapat dilakukan dengan cara menyortir bahan baku yang berkualitas.

3. Menambah variasi rasa

Penambahan varian rasa baru dapat dilakukan guna mempertahankan konsumen. Rasa teh daun gaharu harus bervariasi sehingga banyak konsumen yang menyukai teh gaharu karena setiap orang memiliki cita rasa yang berbeda.

meningkatkan kualitas kreasi, dan menambah variasi rasa.

IV. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Usaha teh daun gaharu "Sirup Aliana" memiliki potensi sebagai industri yang menguntungkan karena memiliki cita rasa khas dan merupakan kreasi produk langka.
2. Sistem agribisnis yang diterapkan oleh UMKM Sirup Aliana masih tradisional dan pemasaran produk dilakukan dengan 2 cara yaitu pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung.
3. Strategi yang dilakukan untuk memajukan usaha teh daun gaharu Sirup Aliana yaitu dengan cara melakukan promosi, melakukan pelayanan yang memuaskan, menerapkan teknologi produksi, melakukan perluasan pemasaran, membuat inovasi kreasi, tambahan modal, mendaftarkan kreasi ke BPOM, konsisten dalam kualitas serta mempertahankan cita rasa,

Saran

Perlu dilakukan penelitian lanjutan guna mengidentifikasi dan mengevaluasi kegiatan fungsi-fungsi pemasaran agar UMKM dapat memperoleh keuntungan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J., Blackwell, R. & Miniard, P. (1995) *Consumer Behavior*. 8th ed. Orlando (US): The Dryden Press.
- Hariana, A. (2008) *Tumbuhan Obat Dan Khasiatnya*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Indonesia, K. P. (2010). Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2010-2014. Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Muchtadi, T. R. (2008) *Teknologi Proses Pengolahan Pangan*. Bogor: IPB Press.
- Nawawi, H. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nurmala. (2012). *Pengantar Ilmu Pertanian Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Setyaningrum, H. D., & Saparinto, C. (2014). *Panduan Lengkap Gaharu*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Kotler, P. & Keller, K. (2011) *Manajemen Pemasaran*. ke-13 Jili. Jakarta (ID): Erlangga.
- Yulia, Y., Bahtera, N. I., & Purwasih, R. (2021) 'Analysis of Consumer Assessment in Small and Medium Enterprises "Raja Abon Makmur Lestari" on Shredded Products and Mix Marketing', 2(1), pp. 6–15.