

MENGEMBANGKAN PRODUK OLAHAN DAUN KELOR (Studi Kasus UD Herbasina Nutrindo)



Sri Wahyu Vidiya Astutik¹⁾, Darsan¹⁾, Fina Sulistiya Ningsih¹⁾

¹⁾Universitas Bojonegoro

*Corresponding author: sriwahyuvidiya@gmail.com

To cite this article:

Astutik, S. W. V., Darsan, D., & Ningsih, F. S. (2025). Mengembangkan Produk Olahan Daun Kelor (Studi Kasus UD Herbasina Nutrindo). *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 10(1), 47–57.
<https://doi.org/10.37149/jimdp.v10i1.1755>

Received: January 06, 2025; **Accepted:** February 09, 2025; **Published:** February 17, 2025

ABSTRACT

Moringa Oleifera (Moringa Oleifera) is a horticultural commodity. In addition to being used as an herbal medicine and being rich in benefits, moringa can also be used as a product diversification ingredient to add value and family income. Therefore, a strategy for business development is needed. This study aims to identify the right strategy to ensure business continuity. To understand the internal and external factors that play a role in business development, namely internal strengths and weaknesses and external opportunities and threats. A total of 37 respondents consisting of internal and external parties were purposively selected to participate in this study. The internal parties included one business owner and four employees directly involved in business management. Meanwhile, the external parties included 30 consumers who were used as informants to provide an overview of the business position from a managerial perspective, as well as one representative from the Head of the Micro Business Trade Office of Bojonegoro Regency, and one representative from the Head of the Ademos Indonesia Partnership located in Dolokgede Village, Tambakrejo District. Based on the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix analysis, the main advantage of this business lies in the utilization of high-quality moringa leaves, which have an evaluation score of 0.3064. On the other hand, the External Factor Evaluation (EFE) matrix analysis proves that this business has significant market opportunities, with a total score of 2.908. The results of the SWOT matrix analysis place the business in a maintain and preserve position, which recommends an intensification or diversification strategy. In the context of UD Herbasina Nutrindo, the strategy taken includes market penetration and new product development, optimizing existing advantages to maximize market opportunities. Meanwhile, the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) analysis identified that innovation of moringa leaf products is the best alternative strategy, with the highest score of 6.40. This study can determine that developing moringa leaf products is a viable and profitable business for UD Herbasina Nutrindo.

Keywords: Bojonegoro; moringa leaves; QSPM; strategy; SWOT.

PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, Indonesia mempunyai banyak petani dan lahan pertanian yang luas. Kondisi ini menjadikan sektor pertanian sebagai tulang punggung perekonomian nasional, yang sangat bergantung pada hasil panen (Nisa' et al., 2024). Untuk membangun perekonomian nasional, penting untuk memperhatikan perekonomian di setiap daerah, terutama di bidang pertanian yang memberikan kontribusi signifikan dalam upaya pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Sektor pertanian berperan berperan dalam menyediakan kebutuhan pangan guna mewujudkan swasembada pangan, mengurangi kemiskinan, menyediakan lapangan pekerjaan bagi pencari kerja, serta menjadi sumber pendapatan bagi rumah tangga dengan menghasilkan pangan berkualitas tinggi (Quirinno et al., 2024). Pembangunan nasional dilaksanakan untuk mencapai masyarakat yang adil dan sejahtera (Alamsyah & Wulandari, 2022). Karenanya, perencanaan pembangunan wilayah harus dilakukan secara komprehensif dan sistematis. Dalam proses tersebut, perencanaan harus mencakup analisis



terhadap kemungkinan perkembangan masa depan, termasuk peluang dan ancaman (Syam et al., 2020).

Di sektor pertanian terdapat berbagai macam komoditas, salah satunya adalah tanaman kelor. Hingga saat ini, tanaman kelor belum banyak dibudidayakan secara intensif, meskipun manfaatnya telah diakui oleh banyak orang. Salah satu manfaat kelor adalah sebagai alternatif herbal; namun, tanaman ini belum sepopuler tanaman herbal lainnya. (Lisarini et al., 2022) Pengujian laboratorium untuk mengetahui kandungan nutrisi daun kelor telah banyak dilakukan. Kandungan nutrisi yang sangat baik tersebut membuatnya direkomendasikan oleh lembaga pemerintah sebagai salah satu komoditas untuk mengatasi masalah malnutrisi. Dengan nilai nutrisi yang begitu tinggi, perlakuan yang tepat dalam budidaya daun kelor menjadi sangat penting. Tidak hanya perlu mengikuti Standard Operating Procedure (SOP) untuk budidaya organik, tetapi juga harus dilaksanakan secara efisien (Lisarini et al., 2022). Hal ini sesuai (Oktafiani et al., 2024) yang juga meneliti manfaat daun kelor untuk mencegah stunting. Dan juga penelitian menurut (Gugun Mangesa et al., 2023) olahan dari daun kelor dapat menambah nilai tambah dan pendapatan keluarga.

Beberapa peneliti telah melakukan kajian terkait strategi pengembangan usaha di bidang pertanian seperti (Mulyana & Suharso, 2022) yang membahas mengenai cara mengembangkan produk olahan daun kelor dari usaha rumahan Marronggih di Sukorejo, Sumbersari, Jember, dengan tujuan meningkatkan penjualan. Dalam upaya meningkatkan pertumbuhan dan daya saing, UKM Rumah Marronggih menerapkan strategi pengembangan produk yang komprehensif. Strategi ini mencakup dua aspek penting: diversifikasi produk dan pengembangan sumber daya manusia. Diversifikasi produk, yang didefinisikan sebagai penambahan jenis produk yang dimiliki, menjadi kunci dalam strategi ini. Dengan melakukan diversifikasi produk, UKM Rumah Marronggih berharap dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi beragam kebutuhan konsumen. Penelitian menurut (Gugun Mangesa et al., 2023) juga menganalisis potensi pengembangan olahan daun kelor sebagai sumber pendapatan bagi keluarga di Desa Loru, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi. Untuk mencapai tujuan ini, studi ini menerapkan analisis SWOT dalam menganalisis aspek internal dan eksternal yang relevan dengan upaya memajukan usaha pengolahan daun kelor menjadi aneka produk di desa. Output analisis SWOT menunjukkan jika usaha pengembangan produk olahan daun kelor di Desa Loru ada dalam Kuadran II, yang sesuai dengan strategi ST (Strengths-Threats). Dalam konteks ini, strategi ST mengimplikasikan bahwa langkah yang paling efektif adalah dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan internal usaha untuk menanggulangi atau meminimalisir ancaman-ancaman eksternal yang mungkin timbul. Alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan mencakup: (1) Meningkatkan efisiensi modal dengan cara memfokuskan alokasi dana pada pengadaan bahan baku. (2) Melestarikan cita rasa khas produk sebagai identitas pembeda dari produk lain. Strategi ini menjadi kunci dalam menghadapi fluktuasi selera konsumen dan persaingan ketat dengan bisnis serupa di industri yang sama. (3) Menggabungkan kemasan yang inovatif dan menarik dengan tetap mempertahankan keaslian cita rasa produk. Kombinasi ini diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan menjadi strategi defensif terhadap potensi munculnya produk pengganti di pasar. Penelitian terkait nilai tambah daun kelor juga diteliti oleh (Asmadi et al., 2024) yang berjudul Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kelor (Studi Kasus di CV Tri Utami Jaya Kota Mataram). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menghitung seberapa besar peningkatan nilai ekonomi yang tercipta melalui transformasi daun kelor mentah menjadi produk-produk agroindustri yang bernilai jual lebih tinggi. Temuan analisis membuktikan nilai tambah dari agroindustri kelor menjadi produk teh celup moringa KIDOM sebesar Rp. 225.115/kg, dengan rasio nilai sebesar 90,5%. Nilai tambah pada produk morikai coffe easy sebesar Rp. 229.9400/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 95,81%, karena itu kebutuhan akan bahan baku untuk menjalankan proses produksi menjadi bertambah signifikan dari waktu ke waktu, semakin banyak modal yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku dalam memenuhi proses produksi menjadi bahan produk jadi.

Padangan merupakan sebuah kecamatan yang berlokasi di Bojonegoro. Ciri khas utama wilayah ini adalah bentang alamnya yang didominasi oleh area pertanian dan kawasan hutan yang luas. Kecamatan ini memiliki potensi yang signifikan di sektor pertanian, serta berfungsi sebagai penghasil berbagai komoditas pangan, termasuk kelor, padi, dan kacang tanah, di Kabupaten Bojonegoro. UD Herbasina Nutrindo ialah satu dari sekian banyak pelaku agribisnis yang fokus pada budidaya dan pengolahan daun kelor.

Penelitian sebelumnya belum secara komprehensif membahas strategi diversifikasi produk kelor yang disesuaikan dengan usaha kecil seperti UD Herbasina Nutrindo. Meskipun minat terhadap produk kelor meningkat, penelitian yang berfokus pada pengembangan bisnis strategi yang disesuaikan dengan usaha skala kecil yang menekankan keberlanjutan dan diversifikasi produk di Bojonegoro masih terbatas. Penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada manfaat nutrisi dan pengobatan kelor (Oktafiani et al., 2024);(Lisarini et al., 2022). Namun penerapan alat strategi

kuantitatif seperti SWOT dan QSPM untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan strategi pengembangan bisnis berbasis kelor masih belum dieksplorasi.

Berdasarkan penjelasan diatas menyebutkan bahwa usaha UD Herbasina Nutrindo menghadapi tantangan dalam hal akses ke bahan baku,kapasitas produksi,dan pemasarannya. Diperlukan penerapan strategi pengembangan untuk meningkatkan pemanfaatan sumber daya yang dihasilkan. Studi ini adalah yang pertama menggunakan kombinasi analisis SWOT dan QSPM dalam merancang dan menetapkan arah pengembangan diversifikasi produk berbasis kelor di UD Herbasina Nutrindo,sebuah usaha pertanian skala kecil di Bojonegoro. Studi ini juga bertujuan dalam (1) mengidentifikasi aspek internal dan eksternal yang berdampak pada kinerja perusahaan dan mengukur posisinya, (2) Mengidentifikasi strategi pembangunan berkelanjutan untuk produk berbasis kelor, dan (3) Memprioritaskan strategi menggunakan pendekatan kuantitatif untuk meningkatkan potensi bisnis UD Herbasina Nutrindo. Kurangnya studi khusus yang berfokus pada strategi agribisnis skala kecil untuk diversifikasi produk kelor.

MATERI DAN METODE

Penelitian dilakukan di UD Herbasina Nutrindo lebih tepatnya di Desa Ngradin, Kecamatan Padangan, karena merupakan industri rumahan yang bergerak dalam pengolahan daun kelor. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober 2024,diikuti dengan analisis pada bulan November 2024. Variabel yang dianalisis meliputi faktor internal seperti efisiensi operasional dan kualitas produk,serta faktor eksternal seperti permintaan pasar dan persaingan. Untuk mengumpulkan data penelitian, digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel di mana sumber data dipilih secara sengaja (Lake & Nalle, 2022). Pengambilan sampel secara sengaja dilakukan untuk memastikan terseleksinya responden yang memiliki wawasan relevan mengenai operasi bisnis dan dinamika pasar UD Herbasina Nutrindo. Responden internal terlibat dalam operasi bisnis sehari-hari,sementara responden eksternal mencangkup pemangku kepentingan utama yang memiliki wawasan tentang tren pasar dan perilaku konsumen. Total responden yang terlibat pada penelitian ini memiliki total 37 responden, mencakup pihak internal sebanyak 1 pemilik usaha dan 4 karyawan yang terlibat langsung dalam manajemen usaha. Sedangkan pihak eksternal meliputi 30 orang konsumen yang dijadikan informan untuk memberikan gambaran mengenai posisi perusahaan dari segi manajerial, 1 perwakilan dari Kepala Dinas Perdagangan Usaha Mikro Kabupaten Bojonegoro dan 1 perwakilan dari Kepala Kemitraan Ademos Indonesia yang berlokasi di Desa Dolokgede, Kecamatan Tambakrejo.

Metodologi penelitian ini mengintegrasikan pemanfaatan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer, merepresentasikan langsung dari informasi pihak pertama, dijaring melalui instrumen pengumpulan data berupa wawancara terstruktur dan kuesioner yang didistribusikan kepada responden penelitian. Sebaliknya, data sekunder, yang mencakup informasi yang telah terdokumentasi dan dipublikasikan, diperoleh melalui studi literatur ilmiah yang relevan dengan fokus kajian penelitian. Matriks IFE dan EFE merupakan instrumen analisis yang diterapkan pada studi ini dalam mengukur kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal,dan menyelaraskan dengan tujuan merumuskan strategi keberlanjutan.Sedangkan alat analisis lain yang diterapkan di analisis QSPM memprioritaskan alternatif-alternatif strategi dengan memberi bobot pada faktor-faktor internal dan eksternal berdasarkan masukan para ahli,dengan hasil yang mengidentifikasi inovasi produk sebagai strategi yang menarik. Faktor internal meliputi efisiensi operasional, ketersediaan sumber daya, dan kemampuan manajemen, sedangkan faktor eksternal meliputi permintaan pasar, persaingan, dan lingkungan peraturan.Penelitian ini menerapkan kombinasi IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM untuk menyusun rencana bagi usaha agribisnis spesifik yang berfokus pada Kelor di Bojonegoro, yang belum pernah dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.Dimasukkannya penilaian ahli dan fokus yang jelas pada perusahaan lokal berskala kecil (UD Herbasina Nutrindo) menambah relevansi praktis dan keunikan kontekstual.

Di UKM Rumah Marronggih, produk kelor ditingkatkan melalui dua strategi: peluasan jenis/diversifikasi produk dan peningkatan mutu sumber daya manusia menurut (Mulyana & Suharso, 2022) dan tindakan ini adalah bagian dari strategi UKM Rumah Marronggih untuk meningkatkan diversifikasi produk mereka. Penelitian menurut (Gugun Mangesa et al., 2023) tersebut juga menganalisis Pengembangan olahan daun kelor sebagai alternatif peningkatan pendapatan keluarga di Desa Loru, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi telah membawa hasil positif. Dalam pelaksanaannya, program ini mampu mengatasi berbagai ancaman dengan mengandalkan kekuatan internal yang dimiliki.

1. Analisis matriks IFE (Internal Factor Evaluation), Matriks EFE (External Factor Evaluation) dan Analisis matriks IE (Internal Eksternal)

Melalui analisis ini, aspek internal dan eksternal yang berdampak pada kinerja dapat diidentifikasi, dan posisi perusahaan dalam persaingan bisnis dapat ditentukan.

a. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) digunakan dalam mengevaluasi dan mencari tahu aspek internal berupa kekuatan dan kelemahan. Sementara itu, matriks External Factor Evaluation (EFE) diterapkan dalam menilai kondisi eksternal perusahaan yang berdampak pada efektivitas dan keberlangsungan bisnis, yang menunjukkan kesempatan dan bahaya yang bisa terjadi (Maulana et al., 2023).

b. Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks Internal-Esternal (IE) membantu perusahaan dalam memahami dan menentukan posisi mereka dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Dalam matriks ini, posisi perusahaan dikelompokkan ke dalam 9 sel yang mencerminkan tiga strategi utama. Sel I, II, dan IV menggambarkan posisi perusahaan pada fase pertumbuhan dan pengembangan. Sel III, V, dan VII menunjukkan status usaha yang perlu dipertahankan dan dipelihara. Sementara itu, sel VI, VIII, dan IX mencerminkan posisi yang berkaitan dengan hasil atau divestasi (Kurniawan & Iriani, 2024).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT berperan dalam mengidentifikasi strategi pembangunan berkelanjutan untuk produk berbasis kelor. Untuk menentukan strategi yang tepat, perusahaan melakukan analisis SWOT yang melibatkan evaluasi aspek internal dan eksternal. Matriks SWOT dibagi kedalam empat kategori, yaitu Strength-Opportunity, Weakness-Opportunity, Strength-Threats, dan Weakness-Threats (Maulana et al., 2023).

3. Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Pengkajian QSPM diterapkan saat menganalisis strategi utama dengan menggunakan analisis kuantitatif untuk meningkatkan potensi bisnis UD Herbasina Nutrindo. Analisis QSPM diterapkan guna menetapkan urutan prioritas tindakan atau strategi terbaik dalam perusahaan, dengan memperhitungkan kondisi internal dan eksternal perusahaan menurut (Maulana et al., 2023). Proses dalam analisis QSPM meliputi langkah-langkah berikut: melakukan identifikasi dan evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan; memberikan bobot relatif pada masing-masing faktor; mengevaluasi strategi lain; menetapkan skala nilai daya tarik dari 1 sampai 4, 1 berarti tidak menarik dan 4 berarti sangat menarik; menghitung nilai daya tarik dengan mengalikan bobot dengan skor daya tarik masing-masing; dan menjumlahkan Total Attractive Score (TAS) untuk setiap Attractiveness Score guna menentukan strategi prioritas (Hidayat, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum UD Herbasina Nutrindo

UD Herbasina Nutrindo merupakan suatu usaha bisnis home industry yang bergerak dibidang pengolahan berbasis kelor. Selain dimanfaatkan untuk memasak sayur mayur ternyata juga bisa diolah menjadi berbagai macam produk. Terdapat berbagai macam produk yang telah diproduksi oleh usaha UD Herbasina Nutrindo. Diantaranya adalah produk teh kelor (Moringa Tea), kapsul kelor, coklat kelor (Morichoco Original, Morichoco Cashew), cookies kelor (Moringa Cookies), Moringa Stik. Prospek pasar untuk produk-produk berbahan baku kelor sangat menjanjikan, terutama di kalangan konsumen modern dan pasar internasional. Jangkauan pasar UD Istana Banana saat ini tidak terbatas pada Bojonegoro, melainkan telah merambah ke kota-kota lain seperti Jombang, Sumedang, Riau, Depok, hingga Surabaya. Dan produk yang berbasis kelor juga sampai di pasar Internasional seperti Filipina, Korea hingga Dubai. Hasil analisa UD Herbasina Nutrindo menghasilkan aspek Kekuatan, Kelemahan, Peluang serta Ancaman.

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Penelitian ini menjadi salah satu studi perintis dalam mengaplikasikan kombinasi analisis QSPM dan SWOT untuk bisnis pertanian skala kecil yang mengkhususkan diri pada tanaman Kelor di Indonesia. UD Herbasina Nutrindo merupakan pelaku agribisnis yang pertama kali mengembangkan produk berbasis daun kelor di Kabupaten Bojonegoro. Sebelumnya, banyak lahan kosong yang kini

telah bertransformasi menjadi galeri dan rumah produksi, berkat peluang pasar yang sangat potensial, khususnya dalam segmen pasar modern dan global. peluang wilayah dan sumber daya yang ada memberikan dampak yang baik pada bisnis di sektor agribisnis. Dalam proses pengolahan daun kelor secara organik, komoditas ini mengalami berbagai tahapan yang menambah nilai tambah tersendiri. Analisis terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan dilakukan dalam mengevaluasi situasi terkini dan merumuskan strategi yang efektif.

Tabel 1. Analisis lingkungan internal dan eksternal

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
1. Kemampuan pada inovasi daun kelor 2. Penggunaan teknologi yang bersifat modern 3. Adanya mitra kerjasama 4. Sertifikasi dari MOI (Moringa Organik Indonesia) 5. Kualitas produk olahan kelor 6. Penggunaan bahan baku berkualitas	1. Lahan produksi kelor yg masih terbatas 2. Kerusakan pada hasil produksi 3. Proses produksi yang cukup lama 4. Produk belum dikenal masyarakat luas
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threats)
1. Banyaknya permintaan pasar 2. Meningkatnya konsumsi masyarakat 3. Potensi dan kemampuan bersaing yang kuat di pasar internasional (ekspor) 4. Banyak diminati di semua kalangan 5. Diminati oleh industri pengolahan sbg bahan diversifikasi produk 6. Bahan baku produk mudah didapat	1. Persaingan harga jual 2. Cuaca yang tidak menentu 3. Serangan OPT (organisme pengganggu tanaman) 4. Inflasi 5. Selera konsumen

Tujuan dari mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal UD Herbasina Nutrindo adalah untuk evaluasi kondisi yang sedang berlangsung saat ini serta mendukung pengembangan strategi. Setelah aspek internal dan eksternal diidentifikasi, setiap aspek dalam matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) akan diberikan bobot untuk menunjukkan tingkat signifikansi relatifnya.

Analisis Matriks IFE (Internal Factor Evaluation), Matriks EFE (External Factor Evaluation) dan Analisis Matriks IE (Internal Eksternal)

a. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Pada matriks IFE ini menjelaskan aspek internal serta perhitungan tentang kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari usaha di UD Herbasina Nutrindo. Terdapat 5 macam kekuatan meliputi keahlian dalam inovasi daun kelor, penggunaan teknologi yang bersifat modern, adanya mitra Kerjasama, Sertifikasi dari MOI (Moringa Organik Indonesia), Kualitas produk olahan kelor, Penggunaan bahan baku berkualitas dan untuk kelemahan terdapat 4 macam meliputi Lahan produksi kelor yg masih terbatas, Kerusakan pada hasil produksi, Proses produksi yang cukup lama, Produk belum dikenal masyarakat luas.

Temuan matriks IFE memperoleh dari aspek kekuatan yang mendapat skor 0.3064 yaitu faktor penggunaan bahan baku berkualitas dan kualitas produk menggarisbawahi pentingnya mempertahankan standar organik untuk mempertahankan kepercayaan konsumen di pasar internasional. Sedangkan dari aspek kelemahan mendapatkan skor tertinggi 0.2268 yaitu produk belum dikenal masyarakat luas. Kurangnya wawasan dan ilmu pengetahuan menjadikan produk tersebut belum dikenal masyarakat luas. Ketergantungan penelitian ini pada pengambilan sampel yang bertujuan dapat membatasi generalisasi temuan, dan penelitian di masa mendatang dapat diperluas untuk mencakup basis responden yang lebih luas. Sementara itu, kemitraan strategis dapat dijadikan sebagai solusi alternatif untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam memperkenalkan produk tersebut, mirip dengan (Mulyana & Suharso, 2022), penelitian ini menemukan bahwa kemitraan strategis meningkatkan kapasitas produksi, tetapi fokus kami pada pasar internasional menambahkan dimensi yang unik. Kapasitas produksi juga diteliti oleh (Mukhlis et al., 2024) menurutnya mengidentifikasi strategi efektif dalam mengembangkan kapasitas produksi UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Serang. Kemitraan ini dilakukan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengikuti prinsip bagi hasil. Akibat dilakukannya kemitraan, produksi daun kelor dan aspek finansial dapat meningkat dan juga diteliti oleh (Sitinjak et al., 2021) tentang pentingnya kemitraan dalam suatu usaha. Di sisi lain, kurangnya pemahaman mengenai manfaat

daun kelor juga merupakan kelemahan yang signifikan dalam usaha mengembangkan usaha. dikarenakan oleh perbedaan pemahaman sumber daya manusia dalam memahami dan menerapkan manfaat daun kelor dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 2. Matriks IFE

No	IFE	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Kemampuan pada inovasi daun kelor	0.08	3.67	0.2936
2	Penggunaan teknologi yang bersifat modern	0.08	3.75	0.3000
3	Adanya mitra kerjasama	0.08	3.75	0.3000
4	Sertifikasi dari MOI (Moringa Organik Indonesia)	0.08	3.83	0.3050
5	Kualitas produk olahan kelor	0.08	3.81	0.3048
6	Penggunaan bahan baku berkualitas	0.08	3.83	0.3064
Sub Total		0.48		1.8112
Kelemahan				
1	Lahan produksi kelor yg masih terbatas	0.11	1.70	0.1870
2	Kerusakan pada hasil produksi	0.11	1.67	0.1837
3	Proses produksi yang cukup lama	0.10	1.64	0.1640
4	Produk belum dikenal masyarakat luas	0.12	1.89	0.2268
Sub Total		0.44		0.7615
Total		0.92		2.5727

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

b. Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Matriks EFE (External Factor Evaluation) menjelaskan tentang aspek eksternal serta perhitungan hasil peluang dan ancaman, Terdapat 6 macam peluang yang diperoleh meliputi Tingginya permintaan pasar, meningkatnya konsumsi masyarakat, peluang dan daya saing tinggi di pasar global, Banyak diminati di semua kalangan, Diminati oleh industri pengolahan sbg bahan diversifikasi produk, Bahan baku produk mudah didapat. Dan untuk ancaman terdapat 5 macam meliputi Persaingan harga jual, Cuaca yang tidak menentu, Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman), Inflasi, Selera konsumen.

Tabel 3. Matriks EFE

No	EFE	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Kebutuhan pasar yang tinggi	0.08	3.78	0.3024
2	Meningkatnya konsumsi masyarakat	0.08	3.78	0.3024
3	Prospek dan persaingan tinggi di pasar global (ekspor)	0.08	3.81	0.3048
4	Banyak diminati di semua kalangan	0.08	3.78	0.3024
5	Diminati oleh industri pengolahan sbg bahan diversifikasi produk	0.08	3.89	0.3112
6	Bahan baku produk mudah didapat	0.08	3.86	0.3088
Sub Total		0.48		1.8320
Ancaman				
1	Persaingan harga jual	0.11	1.78	0.1958
2	Cuaca yang tidak menentu	0.11	1.78	0.1958
3	Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman)	0.12	1.91	0.2292
4	Inflasi	0.11	1.81	0.1991
5	Selera konsumen	0.13	1.97	0.2561
Sub Total		0.58		1.0760
Total		1.06		2.9080

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Temuan analisis matriks External Factor Evaluation (EFE) (sumbu Y) membuktikan jika total bobot yang diperoleh adalah 2,908, mengindikasikan jika pengembangan usaha daun kelor mempunyai prospek yang baik dan signifikan untuk direalisasikan. Dari pengolahan data, cuaca yang sulit diprediksi menjadi salah satu risiko dalam budidaya kelor. Ancaman ini dapat mempengaruhi kualitas daun kelor, yang pada gilirannya dapat menyebabkan penurunan hasil produksi. Namun, munculnya prospek dan kekuatan bisa membantu mencegah ancaman tersebut, selama potensi yang

ada dapat dioptimalkan untuk memanfaatkan potensi pengembangan produk olahan daun kelor dalam skala yang lebih besar dan potensi manfaat ekonomi dari usaha ini.

c. Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks IE (Internal Eksternal) berguna agar mengetahui tingkat persaingan suatu bisnis diklasifikasikan ke dalam kategori: pertumbuhan, pemeliharaan, pemasaran, dan penanaman modal yang memiliki peran penting dalam menganalisis usaha bisnis untuk mengembangkan diri lebih lanjut. Strategi penetrasi pasar muncul sebagai strategi untuk mengintensikan kinerja bisnis, khususnya kinerja pemasaran atau marketing. Pencarian pasar baru umumnya menjadi strategi yang paling utama yang harus ditempuh oleh perusahaan yang sedang berkembang. Agar dapat memperbarui bahkan penambahan alat dan bahan dalam proses produksi yang lebih lanjut. Langkah-langkah ini digunakan untuk memungkinkan UD Herbasina Nutrindo untuk lebih dalam memperluas pangsa pasar, daya saing lokal maupun internasional, dan menjadi lebih baik serta bermanfaat untuk lingkungan.

SKOR TOTAL IFE	SKOR TOTAL IFE	SKOR TOTAL IFE		
		Kuat (3,0 - 4,0)	Sedang (2,0 - 2,99)	Lemah (1,0 - 1,99)
		4,0 (3,0)	2,0 (2,0)	1,0 (1,0)
Tinggi (3,0 - 4,0)	3,0	I	II	III
Sedang (2,0 - 2,99)	2,0	IV	V	VI
Lemah (1,0 - 1,99)	1,0	VII	VIII	IX


Tumbuh dan Kembangkan
Jaga dan Pertahankan
Jual dan Divestasi

Gambar 1. Matriks IE UD Herbasina Nutrindo Padangan

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Mengacu pada temuan analisis matriks Evaluasi Aspek Internal dan Eksternal, posisi perusahaan dapat diketahui. Matriks IFE (Sumbu X) memperoleh total skor 2,5737, sementara matriks EFE (Sumbu Y) memperoleh total skor 2,908. mengacu pada skor tersebut, posisi perusahaan berada pada sel V, yang membuktikan jika perusahaan berada di keadaan yang memungkinkan untuk mempertahankan dan menjaga posisi yang ada. Dalam posisi ini, UD Herbasina Nutrindo Memiliki keunggulan dan kesempatan yang lebih signifikan jika dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman yang timbul. Perusahaan pada posisi sel V dapat memilih untuk melakukan penetrasi pasar yang lebih dalam atau ekspansi ke pasar baru. Strategi yang diimplementasikan oleh UD Herbasina Nutrindo mencakup penetrasi pasar dan pengembangan produk baru, dengan memaksimalkan keunggulan yang disandang untuk memanfaatkan peluang yang muncul. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hotimah & Sufa'ati, 2020) yang menyatakan bahwa melakukan inovasi agar menciptakan hal-hal baru dari olahan daun kelor.

Strategi Pembangunan Berkelanjutan untuk Produk Berbasis Kelor

Pembangunan strategi berkelanjutan diperlukan untuk masa yang akan datang. Terutama pada produk yang berbasis kelor, tanaman kelor sendiri jarang sekali dibudidayakan oleh masyarakat sekitar. Serta diperlukannya strategi-strategi yang dapat digunakan agar usaha bisnis tersebut bisa sejalan dengan dinamika teknologi informasi dan komunikasi. Berikut hasil dari analisis SWOT yang diperoleh oleh peneliti.

Aspek internal dan eksternal UD Herbasina Nutrindo dapat digunakan untuk memformulasikan strategi yang tepat dalam identifikasi rencana usaha masa depan untuk pengembangan produk olahan daun kelor. Strategi ini dapat diimplementasikan berdasarkan hasil analisis SWOT.

Meningkatkan kapasitas produksi, kualitas, dan inovasi dalam pengolahan produk berbahan dasar daun kelor merupakan langkah strategis yang perlu dilakukan. Upaya ini harus disesuaikan

dengan perkembangan atau tren yang sedang populer, sehingga dapat menjaga minat dan daya beli konsumen secara berkelanjutan.

Tabel 4. Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan / Strength (S)	Kelemahan / Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Keahlian dalam inovasi daun kelor Penggunaan teknologi yang bersifat modern Adanya mitra Kerjasama Sertifikasi dari MOI (Moringa Organik Indonesia) Kualitas produk olahan kelor Penggunaan bahan baku berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> Lahan produksi kelor yg masih terbatas Kerusakan pada hasil produksi Proses produksi yang cukup lama Produk belum dikenal masyarakat luas
Peluang/Opportunity (O)	Strength-Opportunity (SO)	Weakness-Opportunity (WO)
<ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya kebutuhan pasar Meningkatnya konsumsi masyarakat Potensi dan kemampuan bersaing yang kuat di pasar global (ekspor) Disukai banyak kalangan Diminati oleh industri pengolahan sbg bahan diversifikasi produk Bahan baku produk mudah didapat 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan produksi dan kualitas serta inovasi daun kelor pada UD Herbasina Nutrindo Mengembangkan usaha dengan memperluas jaringan kemitraan serta memupuk relasi yang selaras dengan mitra kerja dan konsumen Mengembangkan usaha dengan memperluas pangsa pasar internasional/ekspor 	<ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan penggunaan teknologi terbaru dalam proses produksi dan pemasaran. Menyumbangkan ide inovasi orisinal atau mengembangkan sebuah industri baru dalam pengolahan produk berbahan dasar daun kelor Memperluas lahan dalam budidaya kelor
Ancaman/Threats (T)	Strength-Threats (ST)	Weakness-Threats (WT)
<ol style="list-style-type: none"> Persaingan harga jual Cuaca yang tidak menentu Serangan OPT (organisme pengganggu tanaman) Inflasi Selera konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> Daun kelor yang dihasilkan secara organik,serta dapat meningkatkan kualitas daun Menjual produk unggul dengan kualitas dan harga yang wajar oleh semua kalangan masyarakat. Pengendalian mengenai teknik pemilahan OPT pada proses prosuksi, dan pemasaran produk olahan kelor 	<ol style="list-style-type: none"> Dapat selalu memantau perkembangan segmentasi pasar atau menguasai berbagai perilaku dari berbagai jenis konsumen dalam pembelian produk inovasi dari daun kelor.

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Pengembangan usaha dapat dilakukan melalui perluasan jaringan kemitraan serta memupuk relasi yang selaras dengan mitra kerja dan konsumen. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi daun kelor sehingga mampu memenuhi permintaan pasar sekaligus mendorong pertumbuhan usaha di UD Herbasina Nutrindo.

Mengembangkan usaha dengan memperluas cakupan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional untuk jangka panjang agar dapat memperoleh keuntungan dengan sebanyak-banyaknya,sesuai dengan apa yang diterima.

Manfaatkan kemajuan teknologi sesuai untuk kegiatan produksi dan pemasaran agar dapat semakin meningkat dan dapat juga memperluas segmentasi pasar yang ada di pasaran.

Daun kelor yang dihasilkan secara organik,serta dapat meningkatkan kualitas daun pada saat produksi pada saat dilakukan proses pemilahan. Dalam proses pemilahan daun yang masih segar dan berwarna hijau yang digunakan,sedangkan daun yang berwarna kuning dan daun yang masih muda tidak digunakan atau bisa juga dibuang.

Jual Produk yang mempunyai kualitas unggul dan nilai yang cukup dapat dimampui bagi masyarakat. umumnya bahwasanya konsumen tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan.

Karena sudah paham betul terhadap manfaat serta kegunaan dari produk tersebut. Bisa dari segi manfaat dan kegunaan.

Pengendalian mengenai teknik pemilahan Organisme Pengganggu Tanaman (OPT) pada proses produksi yaitu dengan membuang daun yang berwarna kuning atau daun kelor yang masih muda dan organisme lainnya seperti ulat, dan serangga lainnya. Serta pemasaran produk olahan yang berbasis kelor merambah luas.

Dapat selalu memantau perkembangan segmentasi pasar atau mengidentifikasi karakteristik konsumen yang cenderung memilih produk kelor inovatif dan konsumen tidak kejemuhan terhadap produk pengonsumsian produk tersebut.

Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

QSPM diterapkan saat mengevaluasi dan mengidentifikasi rencana yang optimal dari sejumlah alternatif yang telah disusun berdasarkan temuan analisis SWOT, dengan memperhitungkan aspek internal dan eksternal yang relevan (Suciati et al., 2022). Total Attractive Score (TAS) dihitung melalui perkalian antara bobot yang diberikan pada setiap faktor dalam matriks IFE dan EFE dengan Attractiveness Score (AS) dari masing-masing strategi alternatif (Saniya et al., 2022). Attractiveness Score (AS) sendiri ditentukan berdasarkan hasil survei yang diberikan kepada responden ganda, yaitu pemilik yang sekaligus berperan sebagai karyawan dan konsumen (Maulana et al., 2023) sehingga mereka dianggap memiliki pemahaman yang mendalam berkaitan dengan evaluasi kinerja dan perumusan strategi bisnis untuk UD Herbasina Nutrindo.

Analisis QSPM membuktikan jika strategi dengan nilai TAS sebesar 6.40 merupakan alternatif yang paling menarik, yaitu mengembangkan usaha melalui inovasi produk olahan daun kelor untuk menarik daya beli konsumen. Dalam mencukupi kebutuhan pasar yang terus meningkat, perlu dilakukan pengembangan usaha daun kelor dan diversifikasi produk dengan memperluas jaringan kerjasama melalui kemitraan serta meningkatkan jumlah produksi. Selain peningkatan produksi, kualitas daun kelor juga harus menjadi perhatian utama. Kualitas daun kelor dapat ditingkatkan melalui penggunaan bahan baku berkualitas dan sistem pertanian berkelanjutan. Bukan hanya dalam hal produksi, kemampuan sumber daya manusia (SDM) di UD Herbasina Nutrindo juga perlu ditingkatkan melalui pelatihan teknis dan pemanfaatan teknologi informasi agar perusahaan dapat berkembang lebih baik. Sejalan dengan temuan (Anggreani, 2021) yaitu strategi pengembangan SDM berpengaruh terhadap SWOT. Wawasan tentang gabungan dari SWOT dan QSPM menunjukkan bahwa memanfaatkan kemajuan teknologi dalam produksi dapat mengurangi kelemahan seperti keterlambatan produksi sambil memanfaatkan permintaan internasional. Menurut (Ginting et al., 2023) mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internl dan eksternal yang menjadi peluang untuk eksportir.

Tabel 5. Analisis QSPM

No	Alternatif Strategi	TAS
1	Memperbaiki kapasitas produksi, kualitas, serta inovasi produk berbahan dasar daun kelor di UD Herbasina Nutrindo	5.89
2	Mengembangkan usaha melalui perluasan jaringan kemitraan serta membangun hubungan yang baik dengan mitra kerja dan konsumen	6.25
3	Mengembangkan usaha dengan memperluas pangsa pasar internasional/ekspor	6.38
4	Daun kelor yang dihasilkan secara organik, serta dapat meningkatkan kualitas daun	6.38
5	Memenuhi kebutuhan pasar dengan produk berkualitas dan harga yang bersaing	6.36
6	Pengendalian mengenai teknik pemilahan OPT pada proses produksi, dan pemasaran produk olahan kelor	6.36
7	Mengoptimalkan kemajuan teknologi untuk mendukung proses produksi dan kegiatan pemasaran	6.39
8	Mengembangkan inovasi atau membangun industri pengolahan berbasis daun kelor	6.40
9	Memperluas lahan dalam budidaya kelor.	6.39
10	Selalu memantau perkembangan segmentasi pasar serta memahami perilaku setiap konsumen dalam proses pembelian produk inovasi berbahan dasar daun kelor merupakan langkah penting yang perlu dilakukan	6.39

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

KESIMPULAN

Temuan matriks IE menjelaskan jika UD Herbasina Nutrindo berada pada posisi yang membutuhkan perhatian khusus. Perusahaan perlu melakukan evaluasi yang lebih mendalam terhadap sumber daya internal dan memetakan peluang pasar yang potensial. Dengan demikian, strategi yang tepat dapat dirancang untuk memperkuat kompetitif dan mewujudkan visi jangka panjang perusahaan, yang mengindikasikan bilamana usaha berada bertitik tumpu dalam masa pertumbuhan dan pembangunan atau dalam kondisi untuk menjaga dan mempertahankan posisi yang ada. Dalam analisis SWOT, ada beberapa kemungkinan rencana yang bisa dijalankan dalam pengembangan usaha daun kelor terdapat 10 strategi dalam hasil analisis SWOT. Selain itu, hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi alternatif untuk mengembangkan usaha melalui inovasi produk olahan daun kelor memperoleh skor tertinggi, yaitu 6.40, menjadikannya sebagai prioritas strategi bagi UD Herbasina Nutrindo. Hal ini membuka kesempatan peluang kerja khususnya untuk generasi muda dengan menciptakan lapangan kerja baru, dapat meningkatkan ekspor, dan menghasilkan pendapatan pajak dengan memanfaatkan peluang yang ada. Saran tambahan dari konsumen juga menyarankan agar UD Herbasina Nutrindo mengembangkan produk yang sudah ada menjadi versi yang lebih baik, guna mengantisipasi kejemuhan pelanggan terhadap konsumsi daun kelor serta mengoptimalkan kuantitas produksi untuk memenuhi tuntutan pasar. Mirip dengan (Mulyana & Suharso, 2022), penelitian ini juga menemukan bahwa kemitraan strategis meningkatkan kapasitas produksi, tetapi fokus kami pada pasar internasional menambahkan dimensi yang unik. Dan serta peningkatan jumlah produksi agar dapat memenuhi permintaan pasar, sehingga perusahaan dapat menjangkau segmentasi pasar baik secara nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UD Herbasina Nutrindo atas momen yang diberikan untuk melakukan penelitian ini. Dukungan dari perusahaan, karyawan, konsumen, dan seluruh jajaran stakeholder yang telah berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas produk olahan daun kelor serta telah memberikan sumbangan yang berarti dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Alamsyah, R. T. P., & Wulandari, E. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Pertanian di PT Agro Jabar Kebun Cikajang, Kabupaten Garut. *Agrikultura*, 33(1), 68. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i1.38082>
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot : Strategi Pengembangan Sdm , Strategi Bisnis , Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Asmadi., Harisudin, M., & Riptanti, E. W. (2024). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kelor (Studi Kasus di CV Tri Utami Jaya Kota Mataram). 2(1), 100–106. <https://doi.org/10.20961/imscs.v2i1.514>
- Ginting, A. P., Lubis, S. N., & Chalil, D. (2023). *Strategi Pengembangan Ekspor Kopi Arabika di Sumatera Utara , Indonesia Arabica Coffe Export Development Strategy in North Sumatra , Indonesia*. 6(1), 188–200. <https://doi.org/10.37637/ab.v6i1.943>
- Gugun Mangesa, Harnida Wahyuni Adda, & Betty Betty. (2023). Pengembangan Olahan Daun Kelor Sebagai Potensi Pendapatan Keluarga Di Desa Loru Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 85–96. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i2.1398>
- Hidayat, M. T. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Mangrove (*Rhizophora Stylosa*) Di Mitra Pokmaswas Desa Lembung. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4), 1842. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i4.2545>
- Hotimah, Siti Husnul, & Sufa'ati. (2020). *Analisis Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Olahan Daun Kelor Pada Cv. Kreatif Maronggih Center Community*. 20(1), 94–111. <https://doi.org/10.37849/midi.v20i1.208>
- Kurniawan, A., & Iriani, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Matriks SWOT dan QSPM Untuk Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi. *Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 15(1), 37–48. <https://jurnal.kolibri.org/index.php/scientica/article/view/812>
- Lake, R., & Nalle, N. (2022). Studi Kasus Kelompok Wanita Tani Melatih) The Strategy For Development Of Moringa Agribusiness In Timor Tengah Utara Regency (Case Study Of

- Women Farmers Group Melatih. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(2), 958–969. <https://ejournal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/2084>
- Lisarini, E., Lestari, H. S., Alam, A. S., & Jatmika, R. T. D. (2022). Efisiensi Ekonomis Usahatani Kelor Organik Di Moringa Organik Indonesia Blora Jawa. *Agrivet: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Dan Peternakan (Journal of Agricultural Sciences and Veteriner)*, 10(2), 260–268. <https://doi.org/10.31949/agrivet.v10i2.3787>
- Maulana, A., Maghfiroh, A., & Farahdiansari, A. (2023). Perancangan Strategi Pemasaran Ukmk Lumintu Dengan Pendekatan Metode Swot Dan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30587/justicb.v4i1.6149>
- Mukhlis, A., Khaeruman, Suflani, & Lesmana, I. S. (2024). *Strategi pengembangan kapasitas produksi umkm sektor makanan dan minuman di kota serang*. 4(1), 230–237. <https://ijebef.esc-id.org/index.php/home/article/view/154>
- Mulyana, F. F., & Suharso, P. (2022). Strategi Pengembangan Olahan Daun Kelor Rumah Marronggih Di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 16, 15–20. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.22303>
- Nisa', Y. K., Dawud, M. Y., & Djohar, N. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Pisang Cavendish Pada UD Istana Banana di Desa Pilanggede Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 9(2), 141–149. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v9i2.1009>
- Oktafiani, A. D., Sundari, K., & Rikmasari, R. (2024). Strategi Pencegahan Stunting Di Desa Sukamukti. *Jurnal An-Nizām: Jurnal Bakti Bagi Bangsa*, 03(02), 75–81. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v3i2.9290>
- Quirinno, R. S., Murtiana, S., & Asmoro, N. (2024). Peran Sektor Pertanian Dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan Dan Ekonomi Nasional. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(7), 2811–2822. <https://journal.areai.or.id/index.php/jepi/article/view/1158>
- Saniya, F., Bakar, I. A., & Arijanto, S. (2022). *Usulan Strategi Perusahaan untuk Meningkatkan Penjualan "Air Minum Dalam Kemasan" Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM di PT . Amanah Insanillahia*. 1–13. <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fti/article/view/995>
- Sitinjak, K. B., Soetriono, & Kusmiati, A. (2021). *Strategi Pengembangan Pola Kemitraan Antara Ptpn Xii Kebun Kalisanen Dengan Mitra Dan Mitra Dengan Petani*.
- Suciati, A., Sumadi, S., & Djamali, A. (2022). Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Bawang Merah di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 6(1), 96. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v6i1.2122>
- Syam, N., Ihsan, M., & Hasan, I. (2020). Analisis Peran Sektor Pertanian Dalam Pembangunan Wilayah Di Kabupaten Luwu Timur. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(1), 77. <https://doi.org/10.33096/wiratani.v3i1.51>