

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan potensi besar di sektor agraris, yang didukung oleh beberapa faktor, salah satunya adalah mayoritas masyarakatnya bekerja di bidang pertanian. Data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2022 menunjukkan bahwa hampir 40,6 juta penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian, perikanan dan kehutanan. Selanjutnya diikuti oleh bidang perdagangan sebesar 25,8 juta, data resmi dari Badan Pusat Statistik mengungkapkan bahwa sektor pertanian, perikanan, dan kehutanan menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia (Kusnandar, 2022).

Tanaman obat, yang juga dikenal sebagai biofarmaka, mencakup berbagai jenis tanaman seperti jahe, lengkuas, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temuireng, temukunci dan lain-lain yang memiliki khasiat sebagai obat dan digunakan untuk penyembuhan serta pencegahan berbagai penyakit. Potensi dari tanaman obat (biofarmaka) masih terbuka lebar untuk dikembangkan, menurut Badan Pusat Statistik Indonesia di tahun 2021 produksi jahe sebesar 307.241.517 kg, produksi lengkuas sebesar 76.745.335 kg, produksi kunyit sebesar 184.825.890 kg, produksi temulawak sebesar 32.282.031 kg (Badan Pusat Statistik, 2022). Selain itu, biofarmaka bisa diolah menjadi berbagai produk yang dapat meningkatkan nilai jualnya dibandingkan dengan biofarmaka yang belum diolah.

Biofarmaka seperti jahe, dapat diolah menjadi sirup jahe dan minuman jahe hangat (Fulder, 1996). Selanjutnya adalah temulawak, bisa diolah menjadi minuman temulawak hangat dan juga bisa dijadikan bumbu masak. Temulawak memiliki kandungan seperti pati, kurkumin, dan minyak atsiri yang mana salah satu olahan dari ketiga kandungan ini adalah minyak atsiri (Putri R, 2013). Sedangkan kunyit bisa diolah menjadi bubuk untuk memasak, minuman kunyit hangat, bahkan menjadi es kunyit (Hewlings & Kalman, 2017). Budidaya tanaman biofarmaka tidak terlalu rumit dan tidak

memerlukan lahan khusus, sehingga memudahkan para petani dalam hal waktu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, usaha adalah aktivitas yang melibatkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai tujuan tertentu. Ini mencakup pekerjaan, tindakan, inisiatif, ikhtiar, dan upaya untuk mencapai suatu maksud. Dalam Undang-undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba (Indonesia, 1982).

Tujuan mendirikan usaha adalah untuk memperoleh keuntungan dari perusahaan yang berkembang dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, sehingga diharapkan penjualan produk terus meningkat. Untuk mencapainya, diperlukan penerapan strategi bisnis yang sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Menurut Porter, Strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif. Menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah serangkaian tindakan yang terus berkembang (*incremental*) dan berkelanjutan, dilakukan berdasarkan pandangan tentang apa yang diinginkan pelanggan (Freddy, 2013). Strategi melibatkan tindakan yang terus berkembang dan berkelanjutan, didasarkan pada pandangan tentang harapan pelanggan di masa depan.

Salah satu perusahaan dibidang pertanian di kabupaten Sleman adalah CV. Agradaya Indonesia yang memulai usaha di tahun 2016 dan mulai membuat tempat produksi di rumah pada tahun 2016 yang beralamat di Planden RT.3/RW.14 Sendang Rejo, Kecamatan Minggir. CV. Agradaya Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam produksi komoditas tanaman biofarmaka seperti bubuk rempah, serbuk, tisane, dan latte yang bermanfaat bagi tubuh. Berkontribusi pada pelestarian alam dengan menerapkan agroforestri alami dalam proses perkebunan. Berfokus pada pengembangan tanaman biofarmasi dengan petani kecil di Indonesia dan telah bekerja sama dengan lebih dari 200 petani untuk menanam dan mengolah tanaman biofarmaka seperti jahe, kunyit dan temulawak. Produk yang dikembangkan

oleh CV Agradaya Indonesia memiliki manfaat kesehatan yang berasal dari bahan alami, 100% alami dan terbuat dari tanaman asli pilihan tanpa bahan buatan.

CV. Agradaya Indonesia memiliki produk berupa *Premix Choco Ginger* (Jahe Coklat), *Herbalatte Turmeric Latte* (Kunyit Krimer), *Herbalatte Choco Ginger* (Jahe Krimer), *Blue Tisane* (Teh Bunga Telang), *Blue Ginger Tisane* (Teh Herbal Jahe Telang), *Indigenous Tisane* (The Herbal Kurkuma), *Java Turmeric Powder* (Temulawak Serbuk), *Turmeric Powder* (Kunyit Serbuk), *Red Ginger Powder* (Jahe Merah Serbuk), *Ginger Powder* (Jahe Serbuk). Inovasi dan kreasi yang ditawarkan oleh CV. Agradaya Indonesia, baik dalam variasi jenis maupun rasa, berhasil menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka, sehingga membuka peluang usaha yang menjanjikan bagi CV. Agradaya Indonesia.

Sebagai usaha yang sedang berkembang, CV. Agradaya Indonesia diharapkan terus berinovasi untuk mengembangkan bisnisnya agar dapat bersaing dengan produsen lain. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan usaha dengan perencanaan strategi yang baik dan tepat untuk masa kini dan masa depan. Semua produk yang dipasarkan pasti akan mengalami pasang surut atau naik turunnya penjualan. Perusahaan yang berkembang harus melakukan pengembangan produk, meningkatkan branding, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional seperti meningkatkan proses produksi. Hal ini dapat membantu memperluas pangsa pasar, memperkuat loyalitas konsumen, dan meningkatkan produktivitas.

Berdasarkan survei yang dilakukan ke CV. Agradaya Indonesia, saat ini CV. Agradaya kesulitan untuk memenuhi permintaan skala besar karena keterbatasan sumber daya seperti bahan baku, mesin dan tenaga kerja. Tanaman biofarmaka termasuk tanaman tahunan dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk panen. Dalam proses produksi CV. Agradaya Indonesia memiliki 4 mesin dimana kapasitasnya hanya 5 kg per 6-7 jam. Selain itu keterbatasan tenaga kerja yang dimiliki CV. Agradaya Indonesia

juga menjadi permasalahan dimana satu karyawan harus memegang dua posisi dan terkadang untuk memenuhi target suatu divisi harus membantu divisi lain.

CV. Agradaya Indonesia belum menemukan perencanaan permintaan yang efektif dan maksimal, maka sulit bagi CV. Agradaya Indonesia untuk memenuhi permintaan yang tinggi. Akan tetapi disisi lain CV. Agradaya Indonesia mendapatkan peluang untuk mengembangkan usahanya dikarenakan terjadinya perubahan sosial masyarakat akibat pandemi yang terjadi beberapa tahun kemarin yang menyebabkan preferensi konsumen jadi terpengaruh. Masyarakat sadar akan kesehatan sehingga banyak mencari produk herbal yang sedikit atau tidak menggunakan bahan kimia sama sekali. CV. Agradaya Indonesia juga memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. CV. Agradaya Indonesia juga menghadapi tantangan dimana terdapat regulasi baru di kancah internasional yaitu produk yang mengandung bunga telang dilarang di beberapa negara di eropa terkhusus di negara jerman. Ditambah lagi persaingan antar perusahaan dan adanya pendatang baru membuat CV. Agradaya Indonesia harus kehilangan beberapa konsumen di dalam maupun luar negeri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diperlukannya identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta bagaimana merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk CV. Agradaya Indonesia.

B. Tujuan

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dari CV. Agradaya Indonesia
2. Merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk CV. Agradaya Indonesia

C. Kegunaan

Bagi Penulis

1. Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang strategi pengembangan pada CV. Agradaya Indonesia dan melengkapi salah

satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bagi Perusahaan

2. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya mengenai kebijaksanaan strategi pengembangan di masa yang akan datang.