



Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Teh Gaharu

by Admin Jurusan Agribisnis

Submission date: 29-Mar-2023 09:05AM (UTC+0700)

Submission ID: 2049570658

File name: tegi_Pengembangan_Teh_Gaharu_di_Kabupaten_Bangka_Tengah_2016.pdf (237.37K)

Word count: 4609

Character count: 26880

ENI KARSININGSIH

Program Studi Agribisnis, Universitas Bangka Belitung
eni_karsiningsih@yahoo.co.id

7 Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Teh Gaharu di Kabupaten Bangka Tengah (Studi Kasus: Teh Gaharu "Aqilla" Gapoktan Alam Jaya Lestari)

DOI: 10.18196/agr.2235

ABSTRACT

This study aims to analyze feasibility of agarwood tea business, to describe marketing strategies of agarwood tea, and to analyze the business development strategy of agarwood tea "Aqilla" Gapoktan Alam Jaya Lestari in Lubuk Pabrik Village, Central Bangka Regency. The method used was a case study. Research shows that agarwood tea business conducted by Gapoktan Alam Jaya Lestari is feasible with a value of NPV Rp. 585,122,261; Net B/C worth 3.6, and IRR worth 40.73%, and the payback period for 4 years and 11 months 8 days. Market penetration strategy used by Gapoktan Alam Jaya Lestari is slow penetration strategy. Agarwood Tea business development strategies that should be done is an aggressive strategy (Growth Oriented Strategy) by improving service, expanding

the marketing network, improving the quality and quantity of agarwood tea, adding a variety of flavors, obtaining additional capital, and receiving guidance and assistance from the local government.

Keywords: agarwood tea, development, strategy

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha teh gaharu, mengetahui strategi pemasaran teh gaharu, dan menganalisis strategi pengembangan usaha teh gaharu "Aqilla" Gapoktan Alam Jaya Lestari di Desa Lubuk Pabrik Kabupaten Bangka Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha teh gaharu yang dilakukan oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari layak dilakukan dengan nilai NPV Rp585.122.261; Net B/C sebesar 3,6; IRR sebesar 40,73%, dan *paybackperiod* selama 4 tahun 11 bulan 8 hari. Strategi penetrasi pasar yang digunakan Gapoktan Alam Jaya Lestari agar teh gaharu mudah masuk pasar adalah *strategi slow penetration*. Strategi pengembangan usaha teh gaharu yang harus dilakukan adalah *strategi agresif (growth oriented strategy)* dengan cara meningkatkan pelayanan, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas dan kuantitas teh gaharu, menambah variasi rasa, mendapat tambahan modal, dan mendapat pembinaan dan pendampingan dari pemerintah daerah.

Kata kunci: kelayakan, strategi, teh gaharu

PENDAHULUAN

Gaharu merupakan salah satu jenis hutan bukan kayu unggulan Kabupaten Bangka Tengah yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Tanaman gaharu sangat potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Bangka Tengah sehingga kabupaten ini ditetapkan sebagai Lokasi Pengembangan Klaster Gaharu Nasional berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jendral Rehabilitasi dan Perhutanan Sosial Kementerian Kehutanan Nomor: SK. 22/V-BPS/2010. Berdasarkan data Dinas Perkebunan dan Kehutanan

Kabupaten Bangka Tengah pada tahun 2014, jumlah pohon gaharu yang tersebar di berbagai desa yang ada di Kabupaten Bangka Tengah adalah 484.141 pohon.

Gaharu termasuk salah satu komoditi mewah yang sangat menjajikan dalam dunia bisnis. Gubal gaharu merupakan suatu substansi aromatik berwarna coklat muda, coklat tua dan coklat kehitaman sampai hitam yang terbentuk pada batang kayu penghasil gaharu (*Aquilaria Malaccensis Lamk*), sebagai respon pertahanan diri terhadap serangan patogen (Antoso, et al., 2007). Gubal gaharu juga dimanfaatkan untuk keperluan industri, parfum, komestik, dupa, kemenyan dan bahan baku obat-obatan.

Selain gubal gaharu, penelitian berkembang pada daun gaharu karena diduga mengandung senyawa metabolit sekunder yang lebih tinggi akibat meningkatnya proses metabolisme pohon gaharu yang terinfeksi jamur. Melalui proses metabolisme, senyawa-senyawa tersebut terdistribusi ke bagian pohon lain terutama daun. Hal ini menyebabkan daun gaharu memiliki potensi sebagai antioksidan (Nasution et. al. 2015). Hal ini diperkuat oleh Silaban (2014) yang menyatakan bahwa ekstrak daun gaharu (*A. Malaccensis Lamk*) mengandung senyawa metabolit sekunder alkaloid, flavonoid, terpenoid, steroid, dan saponin serta berpotensi sebagai antioksidan dengan nilai konsentrasi penghambatan (IC50) 50 ppm.

Masa tunggu panen gubal gaharu tergolong lama yaitu berkisar 3-4 tahun setelah terinfeksi jamur. Sementara itu, daun gaharu yang berusia 1,5 - 3 tahun sangat potensial untuk dijadikan bahan baku dalam pembuatan teh gaharu dan bernilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, untuk menambah penghasilan sebelum panen gubal gaharu, Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Alam Jaya Lestari melakukan pengolahan daun gaharu menjadi teh gaharu. Akan tetapi, Gapoktan masih menghadapi banyak kendala untuk mengembangkan usaha teh daun gaharu, seperti modal yang terbatas sehingga produksi tidak kontinyu, peralatan yang masih sederhana sehingga permintaan teh gaharu ke gapoktan yang tinggi tidak dapat dipenuhi, serta pangsa pasar dan pemasaran yang terbatas karena minimnya upaya promosi. Oleh karena itu diperlukan kajian untuk menganalisis kelayakan usaha teh gaharu yang dikembangkan Gapoktan, mendeskripsikan strategi pemasaran teh gaharu yang dilaksanakan Gapoktan, dan menganalisis strategi pengembangan usaha teh gaharu "Aqilla" Gapoktan Alam Jaya Lestari.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus, yaitu memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan mendetail. Subjek yang diselidiki terdiri atas satu unit yang dipandang sebagai kasus. Oleh karena itu bersifat mendalam dan mendetail. Kasusnya dapat terbatas pada satu orang, satu lembaga, satu keluarga, satu peristiwa, satu desa ataupun satu kelompok manusia dan kelompok objek lain yang terbatas yang dipandang sebagai kesatuan (Wirartha, 2006). Penelitian ini difokuskan pada usaha teh gaharu merk Aqilla pada Gapoktan Alam Jaya Lestari Kabupaten Bangka Tengah.

Analisis kelayakan usaha teh gaharu akan dianalisis menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut:

a) Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) yaitu nilai saat ini yang mencerminkan nilai keuntungan yang diperoleh selama jangka waktu pengusahaan dengan memperhitungkan nilai waktu dari uang. Menurut Gittinger (2008) NPV menggunakan rumus:

$$NPV = \sum_{t=0/1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=0/1}^n \frac{C_t}{(1+i)^t} = \sum_{t=0/1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+i)^t}$$

Keterangan:

- B_t = Manfaat yang diperoleh tiap tahun
- C_t = Biaya yang dikeluarkan tiap tahun
- t = periode produksi
- n = jumlah periode produksi
- i = tingkat suku bunga (%)

Kriteria:

NPV > 0 : Proyek menguntungkan dan dapat dilaksanakan

NPV = 0 : proyek tidak untung dan tidak rugi (terserah pelaksana proyek)

NPV < 0 : proyek merugikan, dan tidak dapat

b) Net B/C Ratio

Menurut kadariah (2002), net B/C ratio adalah perbandingan antara present value dari net benefit yang positif dengan present value dari net benefit yang negatif (net cost). Rumusnya adalah:

$$\text{Net B/C} = \frac{\sum_{t=0/1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+i)^t} \dots \dots (B_t - C_t) > 0}{\sum_{t=0/1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+i)^t} \dots \dots (B_t - C_t) < 0}$$

kriteria :

Net B/C > 1 : proyek menguntungkan dan dapat dilaksanakan

Net B/C < 1 : proyek tidak layak untuk dilaksanakan

c) *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return adalah nilai tingkat diskonto yang membuat NPV proyek sama dengan nol. Sucipto (2010) dalam Wuysang (2015), IRR dihitung dengan rumus:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1)$$

Keterangan:

i_1 = adalah tingkat *discout rate* yang menghasilkan NPV_1

i_2 = adalah tingkat *discout rate* yang menghasilkan NPV_2

Penilaian kelayakan finansial berdasarkan IRR yaitu: IRR > tingkat bunga, maka usulan proyek diterima IRR < tingkat suku bunga, maka usulan proyek ditolak

d) *Payback Period (PP)*

Payback Period (PP) adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan yang secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*.

Adapun strategi pemasaran Teh Gaharu di Kabupaten Bangka Tengah dapat dijelaskan secara deskriptif, sedangkan strategi pengembangan Teh Gaharu dianalisis menggunakan analisis SWOT. Rangkuti (2006) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Adapun tahapan analisis SWOT adalah sebagai berikut.

1. Tahapan pengambilan data, yaitu evaluasi faktor internal dan eksternal

Pada tahap ini dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal. Identifikasi faktor internal mencakup kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Sementara identifikasi faktor eksternal mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threat*) yang berasal dari luar usaha seperti kompetitor, peran serta pemerintah, kondisi sosial, dan data faktor lainnya.

2. Tahapan analisis yaitu pembuatan matriks internal

eksternal dan matriks SWOT

Pendekatan kualitatif matriks SWOT dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal dilakukan analisis kedalam matriks SWOT yang menggambarkan keterkaitan satu sama lain. (a) Strategi mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

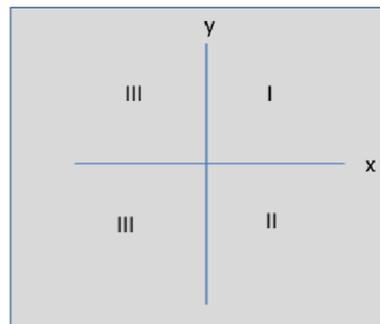
(b) Strategi menggunakan kekuatan untuk mencegah dan mengatasi ancaman/tantangan

(c) Strategi mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang

(d) Strategi mengurangi kelemahan untuk mencegah/mengatasi ancaman/tantangan.

3. Tahapan pengambilan keputusan

Pada tahap ini skoring dan bobot faktor internal dan eksternal dilakukan untuk mengetahui kondisi usaha yang diteliti dan prioritas strategi yang akan dilaksanakan untuk pengembangan usaha tersebut.



GAMBAR 3. KUADRAN ANALISIS SWOT PEARCE DAN ROBINSON 1988 DALAM RANGKUTI (2006)

2 Kuadran I : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki peluang dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka

panjang. Rekomendasi strategis yang diberikan adalah ubah strategi, artinya disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya.

Kuadran III : Usaha tersebut mempunyai peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak usaha menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi usaha ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal. Rekomendasi strategis yang diberikan adalah strategi bertahan, artinya kondisi internal organisasi yang lemah yang dihadapkan pada situasi eksternal yang sulit menyebabkan perusahaan berada pada pilihan dilematis.

Kuadran IV : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PROSES PENGOLAHAN TEH GAHARU

Lokasi pengolahan teh gaharu berada di Desa Lubuk Pabrik Kecamatan Lubuk Besar Kabupaten Bangka Tengah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Salah satu ciri khas desa ini adalah memiliki slogan "Begaharu" karena desa ini memiliki banyak pohon gaharu. Hal ini menjadi salah satu pendorong Gapoktan Alam Jaya Lestari untuk mengembangkan produk olahan teh gaharu dengan merk dagang Aqilla karena ketersediaan bahan baku yang melimpah. Usaha pembuatan teh gaharu ini sudah dijalankan oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari sejak tahun 2011. Proses Pengolahan Teh Gaharu dapat dilakukan melalui beberapa tahap berikut.

1. Pemetikan Daun Gaharu

Daun gaharu yang biasa dijadikan sebagai bahan baku pembuatan teh gaharu oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari adalah daun yang berasal dari pohon gaharu yang telah berusia 13 bulan sampai 36 bulan. Hal ini dilakukan karena pohon gaharu belum terlalu besar dan tinggi sehingga lebih mudah untuk diambil daunnya. Disamping itu, pohon gaharu juga belum diinokulasi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nasution *et. al* (2015) yang menyatakan bahwa ekstrak etanol daun gaharu simplisia induksi dan non-induksi

memiliki aktivitas antioksidan yang kuat, sehingga teh gaharu yang dihasilkan akan memberikan manfaat untuk kesehatan. Menurut Silaban (2014), ekstrak daun gaharu (*A. Malaccensis* Lamk) mengandung senyawa metabolit sekunder alkaloid, flavonoid, terpenoid, steroid, dan saponin serta berpotensi sebagai antioksidan. Selain itu, Gapoktan Alam Jaya Lestari biasanya memanfaatkan daun gaharu yang tidak terlalu muda dan tidak juga terlalu tua untuk membuat teh gaharu. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Andriana *et. al*. (2015) yang menyatakan bahwa tingkat kesukaan masyarakat terhadap teh gaharu (*Aquilaria malaccensis* Lamk) berada pada skala 3-4 yaitu cukup suka hingga suka, dimana konsumen lebih menyukai teh dari daun gaharu yang berada pada posisi tengah pada batang pohon gaharu.

2. Penyortiran

Daun yang sudah dipetik akan disortir guna mendapatkan kualitas daun gaharu yang baik. Tujuan penyortiran adalah untuk memisahkan daun tua dan daun muda. Daun gaharu yang digunakan dalam proses pembuatan teh gaharu adalah daun yang masih muda tapi bukan pucuk karena daun gaharu yang masih muda memiliki antioksidan lebih tinggi dibandingkan daun yang tua. Biasanya untuk membuat teh gaharu Gapoktan Alam Jaya Lestari mendapatkan bahan baku dari kelompok petani gaharu itu sendiri dengan harga Rp5.000 per kg.

3. Pengeringan

Pengeringan ini dilakukan untuk menyusutkan kadar air yang terdapat pada daun basah dengan syarat kering kadar air mencapai 4%. Pengeringan ini dilakukan diruang tertutup dengan menggunakan mesin pengering agar terjaga kesterilannya. Lebih lanjut Andriana *et. al*. (2015) menyatakan bahwa daun gaharu pada bagian tengah memiliki nilai kadar air dan kadar tanin yang lebih rendah dibandingkan dengan daun gaharu bagian pucuk maupun bawah batang. Tanin adalah senyawa yang menyebabkan rasa sepat pada teh daun gaharu. Selain itu, teh daun gaharu dengan kadar air dan kadar tanin yang tinggi memiliki nilai kesukaan yang lebih rendah dibandingkan dengan teh dengan kadar air dan kadar

TABEL I. RATA-RATA BIAYA TETAP YANG DIKELUARKAN DALAM PRODUKSI TEH GAHARU PER BULAN

No	Nama Alat	Volume (unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Lama Pemakaian (Th)	Nilai Penyusutan (Rp/Bln)
1	Mesin Pengering	1	30.000.000	30.000.000	5	166.666
2	Mesin Pencacah	1	20.000.000	20.000.000	5	133.333
3	Mesin Pengukur Kadar Air	1	5.000.000	5.000.000	5	13.333
4	Mesin Continue Sealer	1	6.000.000	6.000.000	3	5.555
5	Gedung Produksi	1	20.000.000	20.000.000	10	11.666
6	Gedung Steril	1	25.000.000	25.000.000	10	11.666
7	Ember Kecil	4	15.000	60.000	2	619
8	Ember Besar	1	50.000	50.000	2	2.062
9	Baskom	3	12.000	36.000	2	493
10	Tabung Gas	1	600.000	600.000	5	2.500
11	Kompor Gas	1	300.000	300.000	3	3.472
Jumlah				107.046.000		351.365

tanin yang lebih rendah.

4. Pencacahan

Proses pencacahan dilakukan menggunakan mesin pencacah guna menghaluskan daun gaharu yang telah dikeringkan. Hasil dari pencacahan tersebut berupa bubuk halus yang berwarna coklat kehijauan.

Simatupang *et. al.* (2015) menyatakan bahwa tingkat kesukaan masyarakat terhadap teh daun gaharu yang dihaluskan lebih tinggi dibandingkan teh gaharu yang dipotong-potong dan teh gaharu yang utuh baik dengan masa simpan 0 bulan maupun masa simpan 2 bulan. Disamping itu, kandungan antioksidan teh gaharu yang dihaluskan lebih tinggi dibandingkan teh gaharu yang dipotong-potong dan utuh.

5. Pengemasan

Setelah didapatkan hasil dari pencacahan berupa bubuk berwarna coklat kehijauan, bubuk siap dimasukkan ke dalam kantung teh celup (kemasan *osmofilter*). Setelah itu dilakukan pemasangan tali menggunakan mesin *continue sealer* sebagai pegangan untuk teh celup daun gaharu. Kemudian teh gaharu dimasukkan ke dalam kemasan aluminium foil dan dikemas dalam kotak yang telah di beri label.

6. Pemasaran

Produk teh gaharu yang telah dikemas akan dipasarkan ke dalam dan ke luar Kabupaten Bangka Tengah bahkan sampai ke luar Provinsi Kepulauan

Bangka Belitung seperti Jakarta. Guna memenuhi permintaan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Gapoktan Alam Jaya Lestari menyediakan teh gaharu tersebut di stokist dan di gerai khusus penjualan produk-produk unggulan Kabupaten Bangka Tengah. Selain itu, pemasaran teh gaharu juga dibantu oleh Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bangka Tengah serta Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bangka Tengah, melalui berbagai pameran.

Salah satu bentuk dukungan Pemerintah Kabupaten Bangka Tengah terhadap pengembangan teh gaharu ini adalah dengan menjadikannya sebagai salah satu minuman pengganti teh dalam beberapa acara penting yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bangka Tengah. Penelitian Ginting *et. al.* (2015) menunjukkan bahwa tingkat kesukaan masyarakat terhadap teh gaharu cukup suka dibandingkan teh daun sirsak baik dengan waktu simpan 0 bulan maupun waktu simpan 2 bulan.

KEUNTUNGAN USAHA TEH GAHARU

Berdasarkan perhitungan biaya dan penerimaan, usaha teh gaharu memberikan keuntungan yang tidak seberapa, yakni kurang dari Rp500 ribu per bulan. Rendahnya keuntungan disebabkan tingginya biaya, khususnya untuk biaya variabel yang menyerap 73% dari nilai produk. Namun, secara sosial usaha ini membuka

TABEL 2. RATA-RATA BIAYA VARIABEL YANG DIGUNAKAN DALAM PRODUKSI TEH GAHARU PER BULAN

No	Bahan	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)/bulan
1	Tenaga Kerja	5	Orang	800.000	4.000.000
2	Kotak Kemasan Teh Gaharu	800	Lembar	1.750	1.400.000
3	Kemasan Metalize	800	Kantong	400	320.000
4	Kemasan Osmofilter	8.000	Kantong	50	400.000
5	Tali Teh Celup	8.000	Tali	25	200.000
6	Gantungan Teh Celup	8.000	Lembar	65	520.000
7	Daun Gaharu	80	Kg	5.000	400.000
8	Plastik Besar	8	Kantong	2.000	16.000
Jumlah					7.256.000

kesempatan kerja yang baik, yakni mampu menyerap 5 orang tenaga kerja dengan upah Rp800 ribu per tenaga kerja per bulan.

Walaupun biaya tetap usaha teh gaharu yang diperhitungkan dari penyusutan alat, tidak terlalu besar, sekitar Rp350 ribu per bulan; usaha ini membutuhkan investasi yang cukup besar yaitu untuk pembelian mesin pengering senilai Rp50 juta dan mesin pencacah senilai Rp30 juta. Oleh karena itu, biaya tetap yang paling besar adalah biaya penyusutan mesin pengering Rp167 ribu dan mesin pencacah Rp133 ribu (Tabel 1).

Di samping membutuhkan investasi yang cukup besar, produksi teh gaharu membutuhkan dana operasional untuk biaya variabel yang cukup besar. Sebagian besar dana operasional digunakan untuk membayar tenaga kerja sebesar 4 juta rupiah dan biaya kemasan yang secara keseluruhan mencapai 2, 3 juta rupiah (Tabel2).

Dengan demikian, secara keseluruhan biaya yang dibutuhkan untuk proses produksi teh gaharu mencapai 7,6 juta rupiah (Tabel 3). Biaya tersebut digunakan untuk mengolah 80 kilogram daun gaharu untuk menghasilkan 800 kemasan teh gaharu.

TABEL 3. RATA-RATA TOTAL BIAYA PRODUKSI TEH GAHARU

No	Uraian	Jumlah Biaya Yang Dikeluarkan (Rp/Bulan)
1	Biaya Tetap	351.365
2	Biaya Variabel	7.256.000
Total Biaya		7.607.365

Penerimaan teh gaharu diperoleh dari hasil kali antara jumlah produksi teh gaharu (kotak) dengan harga jual teh gaharu (Rp/kotak). Dalam satu kali proses produksi dihasilkan 1 kg bubuk teh gaharu, yang dapat

dikemas menjadi 100 kotak, yang setiap kotaknya berisi 10 kantong teh celup siap konsumsi. Harga jual teh gaharu per kemasan 10 ribu rupiah, sehingga penerimaan setiap kali proses produksi sebesar 1 juta rupiah. Dalam satu bulan Gapoktan Alam Jaya Lestari melakukan 8 kali proses produksi, sehingga penerimaan Gapoktan dari penjualan teh gaharu sebesar 8 juta per bulan (Tabel 4).

TABEL 4. RATA-RATA TOTAL PENERIMAAN TEH GAHARU SELAMA SATU BULAN

No	Uraian	Nilai
1	Jumlah produksi per proses (kemasan)	100
2	Harga per kotak (rupiah)	10.000
3	Total penerimaan dalam satu kali produksi	1.000.000
4	Total penerimaan dalam satu bulan	8.000.000

Keuntungan yang diperoleh tergolong kecil yaitu hanya sebesar Rp392.635 per bulan. Hal ini dikarenakan menurunnya frekuensi produksi dari 12 kali per bulan menjadi 8 kali per bulan. Petani yang tergabung dalam Gapoktan Alam Jaya Lestari memiliki pekerjaan utama di samping melakukan pengolahan teh gaharu. Adanya kendala waktu dan kesibukan serta kebutuhan membuat mereka terkadang memiliki waktu yang terbatas dalam mengolah teh gaharu. Kendala modal juga menjadi faktor utama yang menghambat produksi teh gaharu. Biaya produksi yang tinggi merupakan suatu kendala yang harus mereka atasi dengan mencoba melakukan produksi seefisien mungkin.

ANALISIS FINANSIAL USAHA TEH GAHARU

Tingkat suku bunga dihitung berdasarkan tingkat suku bunga Bank Rakyat Indonesia yang berlaku pada saat penelitian berlangsung yaitu 14% per tahun. Berdasarkan analisis finansial usaha teh gaharu layak dilakukan dengan kriteria yang tercantum pada Tabel 5.

TABEL 5. ANALISIS FINANSIAL USAHA TEH GAHARU MERK AQILLA GAPOKTAN ALAM JAYA LESTARI KABUPATEN BANGKA TENGAH

No	Kriteria	Hasil	Keterangan
1.	<i>Net Present Value</i> (NPV)	Rp585.122.261	Layak
2.	<i>Net B/C</i>	3,6	Layak
3.	<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	40,73%	Layak

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa usaha teh gaharu yang dilakukan oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari layak dilakukan. Nilai NPV sebesar Rp585.122.261 menunjukkan bahwa nilai NPV yang diperoleh lebih besar dari 0. Net B/C sebesar 3,6 artinya keuntungan yang diterima 3,6 kali lipat dibanding biaya yang dikeluarkan. Adapun nilai IRR sebesar 40,73% menunjukkan bahwa usaha teh gaharu yang dilakukan oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari layak diusahakan karena nilai IRR 40,73% lebih besar dari tingkat suku bunga pinjaman Bank BRI sebesar 14% per tahun. Sementara itu, *payback period*, modal usaha yang diinvestasikan dalam usaha teh gaharu tergolong lama yaitu 4 tahun 11 bulan 8 hari. Hal ini disebabkan usaha pembuatan teh gaharu oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari

hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan sehingga fokus pengembangan kurang.

STRATEGI PENETRASI PASAR

Strategi penetrasi pasar adalah strategi yang dilakukan Gapoktan Alam Jaya Lestari untuk memasukkan produk teh gaharu ke pasar. Strategi yang digunakan Gapoktan Alam Jaya Lestari agar Teh Gaharu masuk pasar adalah *strategi slow penetration*. Dimana Strategi ini dijalankan dengan menetapkan tingkat harga Teh Gaharu yang rendah yaitu Rp10.000/kotak dan tingkat kegiatan promosi yang rendah. Harga yang rendah dimaksudkan agar Gapoktan Alam Jaya Lestari dapat merangsang pasar dengan menyerap produk dengan cepat, sedangkan di lain pihak Gapoktan Alam Jaya Lestari dapat menjaga agar biaya promosinya tetap rendah, sehingga laba bersih yang diperoleh cukup besar.

STRATEGI PENGEMBANGAN TEH GAHARU

Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Jumlah bobot untuk komponen kekuatan adalah 0,85 sedangkan jumlah bobot untuk kelemahan adalah 0,15 berarti jumlah total bobot kekuatan dan kelemahan adalah 1,00. Untuk nilai skor kekuatan diperoleh sebesar 3,3 dan nilai skor kelemahan 0,35. Hal ini menunjukkan bahwa total skor kekuatan lebih besar dari total skor

TABEL 6. IFAS PRODUKSI TEH GAHARU DI DESA LUBUK PABRIK KECAMATAN LUBUK BESAR

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan :			
1. Memiliki PIRT dan sertifikat halal	0,10	4	0,40
2. Harga yang terjangkau	0,10	4	0,40
3. Bermamfaat untuk kesehatan	0,15	4	0,60
4. Didukung oleh Pemerintah Kabupaten Bangka Tengah	0,10	4	0,40
5. Salah satu produk unggulan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung	0,10	4	0,40
6. Saluran pemasaran pendek	0,10	3	0,30
7. Lokasi dekat dengan penyedia bahan baku	0,10	4	0,40
8. Bahan baku berbeda dari teh pada umumnya	0,10	4	0,40
Total Sub A	0,85		3,30
Kelemahan :			
1. Peralatan yang digunakan masih sederhana	0,02	2	0,04
2. Belum bisa bersaing dengan teh lain	0,02	2	0,04
3. Produksi tidak <i>active</i>	0,05	3	0,15
4. Belum mempunyai pelanggan tetap	0,03	2	0,06
5. Kurangnya minat masyarakat lokal kalangan tengah-bawah	0,03	2	0,06
Total Sub B	0,15		0,35
Total Sub A + B	1,00		3,65

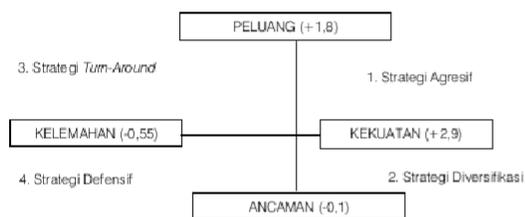
TABEL 7. EFAS PRODUKSI TEH GAHARU DI DESA LUBUK PABRIK KECAMATAN LUBUK BESAR

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1. Tingginya permintaan Teh Gaharu baik dari lokal maupun luar Bangka Belitung	0,30	4	1,2
2. Dapat menciptakan lapangan pekerjaan	0,30	4	1,2
3. Respon positif dari masyarakat	0,30	4	1,2
Total Sub A	0,90		3,6
Ancaman :			
1. Adanya persaingan harga dengan usaha teh lainnya	0,10	2	0,2
Total	0,10		0,2
Total Sub A+B	1,00		3,8

kelemahan, sehingga diperoleh hasil faktor internal positif Tabel 6).

Jumlah bobot untuk komponen peluang adalah 0,9 sedangkan jumlah bobot untuk ancaman adalah 0,1 berarti jumlah total bobot peluang dan ancaman adalah 1,00. Untuk nilai skor peluang diperoleh sebesar 3,6 dan nilai skor ancaman 0,2. Hal ini menunjukkan bahwa total skor peluang lebih besar dari total skor ancaman, sehingga hasil faktor eksternal positif (Tabel7).

Gambar 1 menunjukkan bahwa produksi teh gaharu oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari di Desa Lubuk Pabrik Kecamatan Lubuk Besar Kabupaten Bangka Tengah berada pada kuadran I (satu). Artinya produksi teh gaharu memiliki kekuatan untuk memperbesar usaha sesuai dengan kemampuan yang ada untuk memperluas pasar dengan menangkap peluang yang ada. Strategi ini dikenal pula dengan strategi agresif yaitu strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).



GAMBAR 1. DIAGRAM ANALISIS SWOT

Strategi yang didapat dalam matriks SWOT adalah sebagai berikut.

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO yang dapat dijadikan alternatif strategi

5 antara lain pelayanan yang memuaskan. Pelayanan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam proses jual beli. Pelayanan itu adalah bagaimana cara kita melayani pelanggan dengan memberikan layanan yang memuaskan bagi pelanggan agar bisa mendapatkan kesan yang baik dari konsumen. Konsumen sangat menyukai pelayanan yang ramah tamah dan sopan.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO yang dapat dijadikan alternatif strategi antara lain pembinaan pemerintah dan perluasan jaringan pemasaran

a. Pembinaan dan pendampingan pemerintah

Peran Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bangka Tengah yaitu melakukan pengawasan, memberi motivasi, melakukan monitoring, memberi masukan, mendengarkan permasalahan, serta mencari solusi dalam permasalahan tersebut; sedangkan dalam pemasaran adalah mempromosikan Teh Gaharu melalui pameran-pameran baik tingkat kecamatan, kabupaten, provinsi maupun nasional.

b. Memperluas jaringan pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk memasarkan Teh Gaharu. Oleh karena itu Gapoktan Alam Jaya Lestari harus meningkatkan pemasarannya baik dalam daerah maupun luar daerah dengan melakukan promosi baik melalui pameran, brosur, melalui media online agar teh gaharu dikenal masyarakat luas.

3. Strategi ST (*StrengthThreat*)

Strategi ST yang dapat dijadikan alternatif strategi antara lain meningkatkan produksi dan menambah

modal.

a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas teh gaharu

Kualitas teh gaharu itu sendiri perlu ditingkatkan dengan cara menyortir daun yang berkualitas dengan harga yang tinggi. Bahan baku untuk produksi teh gaharu melimpah sehingga kuantitas teh gaharu juga perlu ditingkatkan dengan adanya peralatan yang mendukung.

b. Tambahan modal

Modal dapat berupa uang maupun peralatan. Keterbatasan modal yang didapat dalam pengembangan teh gaharu ini memberikan banyak pengaruh dalam setiap kegiatannya. Biaya operasional, pembelian bahan daun gaharu, pemesanan kemasan luar, hingga upah (gaji) para pengelola belum bisa terpenuhi.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT yang dapat dijadikan alternatif strategi antara lain menambah variasi rasa. Rasa teh gaharu harus bervariasi sehingga banyak orang yang lebih menyukai teh gaharu, karena setiap orang mempunyai cita rasa yang berbeda-beda.

KESIMPULAN

Usaha teh gaharu yang dikembangkan Gapoktan Alam Jaya Lestari layak untuk dilanjutkan, mengingat usaha tersebut mempunyai nilai NPV Rp585.122.261; Net B/C sebesar 3,6 ; IRR sebesar 40,73%; dan Payback Period selama 4 tahun 11 bulan 8 hari. Strategi penetrasi pasar yang digunakan Gapoktan Alam Jaya Lestari menggunakan strategi pasar *slow penetration* agar teh gaharu mudah masuk pasar. Sementara itu, strategi pengembangan usaha yang harus dilakukan adalah strategi agresif (*growth oriented strategy*) dengan cara meningkatkan pelayanan, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas dan kuantitas teh gaharu, menambah variasi rasa, mendapat tambahan modal, dan mendapat pembinaan dan pendampingan dari pemerintah daerah.

Untuk mendukung implementasi strategi bisnis yang harus dikembangkan Gapoktan Alam Jaya Lestari, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan Gapoktan Alam Jaya Lestari, pemerintah dan akademisi. Gapoktan Alam Jaya Lestari perlu menjaga kontinuitas produksi, pemerintah menyediakan tempat produksi yang

memungkinkan untuk mendapat izin produksi dari BPPOM, serta akademisi melakukan penelitian tentang tingkat kesukaan masyarakat terhadap teh gaharu merk *Aquilla* produksi Gapoktan Alam Jaya Lestari.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, N., Batubara, R., & Julianti, E. 2015. Nilai kesukaan konsumen terhadap teh gaharu (*Aquilaria malaccensis Lamk*) berdasarkan letak daun pada batang. *Peronema Forestry Science Journal* 4(4). Diakses 16 Juni 2016. <http://id.portalgaruda.org/>
- Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bangka Tengah. 2015. Data Jumlah Pohon Gaharu di Kecamatan Lubuk Besar Tahun 2014. Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bangka Tengah.
- Ginting, B. M., Batubara, R., & Ginting, H. 2015. Tingkat kesukaan masyarakat terhadap teh daun gaharu (*Aquilaria malaccensis Lamk*) dibandingkan teh lain yang beredar di pasaran. *Peronema Forestry Science Journal*. 4(3). Diakses 16 Juni 2016. <http://id.portalgaruda.org/>.
- Gittinger, J. P. 2008. *Analisa Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian*. UI-Press, Jakarta.
- Nasution, P. A., Batubara, R., & Surjanto. 2015. Tingkat kekuatan antioksidan dan kesukaan masyarakat terhadap teh daun gaharu (*Aquilaria malaccensis lamk*) berdasarkan pohon induksi dan non-induksi. *Peronema Forestry Science Journal* 4(1). Diakses 16 Juni 2016 <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=438192&val=4112>.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, E., Agustini, L., Sitepu, I. R., & Turjaman, M. 2007. Efektivitas pembentukan gaharu dan komposisi senyawa resin gaharu pada *Aquilaria spp.* *J. Penelitian Hutan dan Konservasi Alam* 4(6): 543-551.
- Silaban, S. 2014. Skrining Fitokimia dan uji aktivitas antioksidan ekstrak etanol daun gaharu (*Aquilaria malaccensis Lamk*). *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara.
- Simatupang, J., Batubara, R., & Julianti, E. Tingkat kesukaan konsumen terhadap teh gaharu (*Aquilaria malaccensis Lamk*.) berdasarkan bentuk dan ukuran serta kandungan antioksidan. Diakses 12 Juni 2016. <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/PFSJ/article/viewFile/13032/586>.
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Wirartha, I. M. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi, Yogyakarta.
- Wuysang, J. L., Gafur, S., & Yurinthae, E. 2015. Analisis finansial usahatani gaharu (*Aquilaria malaccensis Lamk*) di Kabupaten Sanggau. *Jurnal Social Economic of Agriculture* 4(1): 73-74. Diakses 16 Juni 2016. <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jsea/article/view/10134>.

Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Teh Gaharu

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.uir.ac.id Internet Source	2%
2	www.politeknikmbp.ac.id Internet Source	1%
3	repo.bunghatta.ac.id Internet Source	1%
4	journal.iaisambas.ac.id Internet Source	1%
5	publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source	1%
6	scholar.unand.ac.id Internet Source	1%
7	journal.ummat.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 35 words

