

ANALISIS SWOT PADA PD. SINAR MURNI (PABRIK TEH) DESA SIMPANG WANAYASA

Muchamad Parevi Ashari¹, Shofa shofia hilabi²

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik

ti20.muchamadashari@mhs.ubpkarawang.ac.id¹

shofa.hilabi@ubpkarawang.ac.id²

Ringkasan

Desa Simpang merupakan desa yang mempunyai potensi sumber daya alam yang bagus di bidang pertanian dan perkebunan. Terdapat pengolahan padi dan teh yang lengkap di desa, dimulai dari tempat penanaman baik persawahan dan perkebunan teh, sampai dengan penggilingan padi menjadi beras dan pengering daun teh menjadi teh siap seduh. Pada dusun 2 terdapat pabrik teh milik bapak Haji Gofur, yang bernama PD. SINAR MURNI. Perusahaan dagang tersebut mampu memproduksi ratusan ton teh dalam 1 bulan. Dengan produk teh yang berkualitas dan mampu untuk memproduksi skala besar, namun perusahaan ini masih membutuhkan dan mencari pasar untuk memasarkan produk teh yang dihasilkan. Karena permasalahan tersebut, penulis bermaksud menganalisa SWOT, guna mengetahui situasi perusahaan dan kondisi lingkungan yang sedang atau akan dihadapi, serta memberikan solusi terbaik terhadap masalah yang dihadapi.

Kata Kunci : Desa Simpang, Perkebunan, Teh, Pabrik teh, SWOT

Pendahuluan

Desa Simpang merupakan desa yang mempunyai potensi sumber daya alam yang bagus di bidang pertanian dan perkebunan. Terdapat pengolahan padi dan teh yang lengkap di desa, dimulai dari tempat penanaman baik persawahan dan perkebunan teh, sampai dengan penggilingan padi menjadi beras dan pengering daun teh menjadi teh siap seduh.

Pada dusun 2 terdapat pabrik teh milik bapak Haji Gofur, yang bernama PD. SINAR MURNI, Perusahaan dagang tersebut mampu memproduksi ratusan ton teh dalam 1 bulan. Dengan produk teh yang berkualitas dan mampu untuk memproduksi skala besar, perusahaan ini masih membutuhkan dan mencari pasar untuk memasarkan produk teh yang dihasilkan.

Telah disadari, bahwa analisis faktor-faktor ekstern dan intern suatu perusahaan sangat mempengaruhi tercapainya suatu tujuan perusahaan, baik jangka pendek yaitu kemampuan untuk bertahan dan mengejar laba, maupun jangka panjang yaitu kelangsungan hidup usahanya. Kemungkinan peluang dan ancaman dari luar harus ditangani dengan baik, agar perusahaan tidak mudah goyang. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya kemudian ancaman harus dicarikan solusi yang dapat menghadapi ancaman tersebut. (Nova Wisnianingsih, 2018) Faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman merupakan faktor yang dianalisis dalam SWOT (Strength, Weakneses, Opportunities, Threat) yang dapat menggambarkan kemampuan perusahaan yang optimal dan mengalokasikan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimilikinya serta situasi yang dihadapi dalam usaha pencapaian suatu tujuan.

Penggunaan metode ini bertujuan untuk menggambarkan situasi Perusahaan dan kondisi lingkungan yang sedang atau akan dihadapi. Metode ini merupakan alat analisis yang mampu memberikan solusi terbaik terhadap masalah yang akan dihadapi. Penelitian yang berkaitan dengan perencanaan strategis biasanya menggunakan analisis SWOT sebagai teori dalam menganalisis data penelitian. Walaupun terdapat kritikan terhadap teori ini karena ada subjektifitas pendapat informan sebagai narasumber dalam pengumpulan data penelitian, tapi teori analisis SWOT ini sangat bermanfaat dalam penelitian yang mengkaji efisiensi karena komponen-komponen yang terdapat dalam analisis SWOT bisa diidentifikasi dari berbagai sudut pandang. (Hendra Cipta dan Hatamar, 2020)

Metode

Pelaksanaan kegiatan KKN dilaksanakan selama satu bulan sejak 1 Juli 2023 sampai dengan 31 Juli 2023 yang dilaksanakan di Desa Simpang, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta. Metode Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif. Faktor pendukung dan penghambat serta strategi pendukung berdasarkan survei perilaku konsumen yang telah dipetakan dalam analisis SWOT kualitatif dan kuantitatif (Wicaksono Febriantoro, 2018).

Penulis juga mengumpulkan sumber data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara kepada pemilik usaha dan para pekerja pabrik teh dan Penulis melakukan observasi langsung kepada yang bersangkutan terkait kondisi, situasi, dan proses bisnis atau cara

pemasarannya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari kajian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan data-data sebagai berikut:

1. PD. SINAR MURNI (PABRIK TEH)

PD. SINAR MURNI merupakan Perusahaan dagang yang melakukan pengolahan serta memproduksi teh siap seduh dan dijual ke berbagai daerah sebagai bahan baku untuk campuran diperusahaan-perusahaan teh.



2. Target Pemasaran

PD. SINAR MURNI ini memiliki target pemasaran kepada penduduk lokal dan juga Perusahaan teh baik dalam negeri (impor) maupun luar negeri (ekspor).

3. Permasalahan

Berdasarkan analisis SWOT pada PD. SINAR MURNI, maka didapati data-data sebagai berikut:

• Kekuatan atau Faktor Pendukung

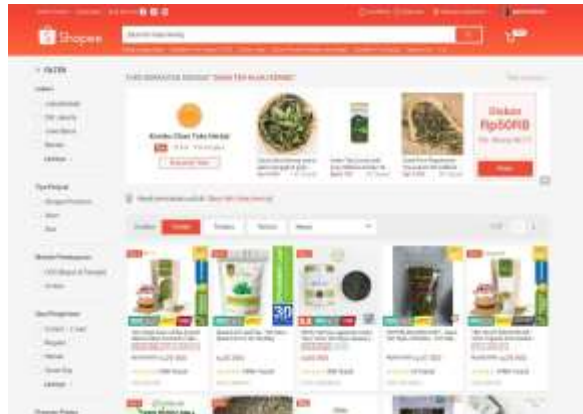
Kekuatan atau faktor pendukung pada PD. SINAR MURNI ini dari segi kualitas produk, yaitu memiliki aroma dan rasa yang khas serta peminat minuman teh yang tinggi. Dengan kekuatan keunggulan produk the tersebut yang memiliki rasa dan aroma yang kuat dan khas akan mampu mengalahkan para pesaing usaha yang sejenis. Meskipun ancaman promosi pesaing lebih kuat maka masyarakat akan tetap melihat keunggulan produk teh wangi yang dihasilkan. Karena kualitas serta harga yang kompetitif itu sangat penting bagi Masyarakat

• Kelemahan atau faktor penghambat

Dari sisi kelemahan, Perusahaan ini memiliki kelemahan yaitu kurangnya saluran

pemasaran, kurang strategi promosi, dan belum ada kemasan kecil.

Berdasarkan data dan permasalahan yang telah disebutkan. penulis memberikan saran kepada bapak Haji Gofur sebagai pemilik pabrik, agar memasarkan produknya melalui penjualan lewat aplikasi online atau pemasaran e-commerce. Dengan menggunakan teknik pemasaran tersebut, diharapkan dapat memperluas saluran pemasaran dan meningkatkan strategi pemasaran.



Kesimpulan dan Rekomendasi

Kekuatan yang dimiliki oleh produk teh menjadikan perusahaan PD. SINAR MURNI maju dan berkembang sampai saat ini. Dengan faktor keunggulan produk teh, rasa dan aroma teh yang khas dan digemari menjadikan banyak perusahaan masyarakat mampu menghadapi ancaman yang ada dan memanfaatkan peluang pasar global teh yang semakin meningkat.

Strategi yang baik untuk dilakukan saat ini adalah dengan melakukan pengembangan pasar, meningkatkan promosi dan saluran distribusi pemasaran produk teh. Peranan aplikasi online atau pemasaran e-commerce sangat berguna dan bisa dijadikan sebagai metode pengembangan pasar dan saluran distribusi pemasaran produk.

Daftar Pustaka

Cipta, H., & Hatamar. (2020). Buku Analisis SWOT. Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia, 15-16.

Febriantoro, W. (2018). Kajian dan strategi pendukung perkembangan e-commerce bagi UMKM Di Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 184.

Wisnianingsih, N. (2018). ANALISIS SWOT PRODUK TEH WANGI PADA PT.NSP. *Jurnal Teknik Industri*, 117-121.