

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PT. BERKAT UHAT KAYU KOTA PALANGKA RAYA

Priska Praisella¹, Eka Nor Taufik², Yuni Erlina³, I Gede Suhartawan⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Kehutanan dan Perikanan,
Universitas Palangka Raya, Palangka Raya, Indonesia
e-mail: ¹ priskasella34@gmail.com

Diterima: 15 Juli 2025; Revisi: 15 Desember 2025; Disetujui: 15 Januari 2026

ABSTRACT

PT. Berkat Uhat Kayu is a micro-enterprise located in Palangka Raya City that produces traditional herbal medicines typical of Central Kalimantan. This company has complete legality and is fostered by Bank Indonesia. However, the company still faces various internal and external obstacles that can hinder business sustainability, such as limited workforce, suboptimal digital marketing, and fluctuations in prices and availability of raw materials. This study uses descriptive qualitative and quantitative methods. Data were collected through interviews, observations, and documentation with one key informant, namely the owner, supported by other supporting informants, such as the person in charge, consumers, and related agencies. Data analysis was conducted using a SWOT analysis with the preparation of IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The analysis results indicate that PT. Berkat Uhat Kayu is in Quadrant I of the SWOT matrix, which means the company has strong internal strengths and significant external opportunities. This condition places the company in an ideal position to implement an aggressive growth strategy. Suggested development strategies include leveraging product legality to expand the market, maintaining product quality through production efficiency and consistent implementation of standard operating procedures (SOPs), enhancing digital promotion with appropriate marketing strategies, and conducting regular quality control. Implementing these strategies is expected to strengthen competitiveness and support sustainable business development.

Keywords: *business development strategy, herbal products, swot analysis*

ABSTRAK

PT. Berkat Uhat Kayu merupakan usaha mikro yang terletak di Kota Palangka Raya dan memproduksi obat herbal tradisional khas Kalimantan Tengah. Perusahaan ini telah memiliki legalitas yang lengkap dan menjadi binaan Bank Indonesia. Akan tetapi, perusahaan masih menghadapi berbagai kendala internal dan eksternal yang dapat menghambat keberlanjutan usaha, seperti keterbatasan tenaga kerja, pemasaran digital yang belum optimal, serta fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap satu orang informan kunci, yaitu pemilik dan didukung oleh informan pendukung lainnya, seperti penanggung jawab, konsumen, dan instansi terkait. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT dengan penyusunan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT. Berkat Uhat Kayu berada pada Kuadran I dalam matriks SWOT, yang berarti perusahaan memiliki kekuatan internal yang tinggi dan peluang eksternal yang besar. Kondisi ini menempatkan perusahaan dalam posisi ideal untuk menerapkan strategi pertumbuhan agresif. Strategi pengembangan yang disarankan meliputi memanfaatkan legalitas produk untuk memperluas pasar, menjaga mutu produk melalui efisiensi produksi dan penerapan SOP secara konsisten, meningkatkan promosi digital dengan strategi pemasaran yang tepat, dan melakukan pengawasan mutu secara berkala. Implementasi strategi ini diharapkan dapat memperkuat daya saing dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: analisis swot, obat herbal, strategi pengembangan usaha

PENDAHULUAN

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2024), Indonesia saat ini menempati posisi sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia, yakni mencapai 281 juta jiwa dengan laju pertumbuhan sebesar 1,11% per tahun. Lonjakan jumlah penduduk yang sangat besar ini membawa konsekuensi logis berupa meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat secara agregat yang harus diimbangi dengan akselerasi pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Upaya pemenuhan kebutuhan tersebut hanya dapat terwujud apabila tersedia lapangan kerja yang luas dan merata di berbagai wilayah untuk menyerap angkatan kerja yang terus bertumbuh. Oleh karena itu, terdapat korelasi yang erat antara kepadatan penduduk dengan pemberdayaan sektor lokal, di mana pertumbuhan penduduk harus diikuti dengan penguatan unit usaha yang mampu menjangkau lapisan masyarakat terbawah (Salamah dkk., 2022).

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital sebagai pilar utama pembangunan nasional dalam merespons tantangan demografi tersebut. Peran strategis ini terbukti dari kontribusi UMKM yang mencapai 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta kemampuannya menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Dengan mencakup sekitar 99% dari total unit usaha nasional, UMKM menjadi motor penggerak ekonomi yang paling efektif untuk menciptakan pemerataan kesejahteraan hingga ke tingkat daerah. Melalui penguatan daya saing UMKM, pemerintah dapat memastikan bahwa pembangunan ekonomi berkelanjutan bukan sekadar angka pertumbuhan, melainkan perwujudan kemandirian ekonomi masyarakat yang nyata (Kemenko, 2024).

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Kalimantan Tengah (2024), Kota Palangka Raya memiliki jumlah UMKM terbesar dibandingkan dengan daerah lainnya di Provinsi Kalimantan Tengah, yaitu sebesar 26.256 unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kota Palangka Raya menyumbang sekitar 18,18% dari total UMKM yang berada di Provinsi Kalimantan Tengah. Terdapat berbagai jenis UMKM di Kota Palangka Raya, salah satunya adalah UMKM yang bergerak di bidang produksi obat herbal khas Kalimantan Tengah, seperti PT. Berkat Uhat Kayu.

Tabel 1. Daftar Pelaku Usaha Bidang Produksi Obat Herbal Tradisional Kota Palangka Raya Tahun 2024

| No | Nama Perusahaan | Alamat | Kelurahan | Kecamatan | Jenis Produk |
|----|-----------------------------|-------------------------|-----------|------------|--|
| 1 | Rosem | Jl. Manunggal | Sabaru | Sabangau | Sari Rosella |
| 2 | Badjenta | Jl. Haka 20 | Panarung | Pahandut | Jamu |
| 3 | Jamu Kembang Bodang | Jl. G Obos Gang Talenta | Menteng | Jekan Raya | Jamu |
| 4 | CV. Bio Anugrah | Jl. Baban No 15b | Menteng | Jekan Raya | Olahan Herbal |
| 5 | Herbal Ramuan Mularab Dayak | Jl. Sisingamangaraja | Menteng | Jekan Raya | Jamu Sungkai, Bajakah Serbuk, Madu Kelulut |
| 6 | Ratu Kempot | Jl. G Obos No 9 | Menteng | Jekan Raya | Aneka Minuman Kesehatan |
| 7 | Dapoernya Fitri | Jl. Yos Sudarso 6 | Menteng | Jekan Raya | Jamu Tradisional |

| | | | | | |
|----|-------------------------|---------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| 8 | Jamu TSR | Jl. Sundoro | Palangka | Jekan Raya | Jamu Tradisional |
| 9 | Berkat Uhat Kayu | Jl. Mendawai | Palangka | Jekan Raya | Herbal |
| 10 | Bakoel Umi Latifah | Jl. D.A. Dawa | Bukit Tunggal | Jekan Raya | Jamu Tradisional |

PT. Berkat Uhat Kayu merupakan sebuah usaha mikro berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) Perseorangan yang dikelola oleh Ibu Heni Wijastuti sebagai pemilik. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2024 dan memiliki 6 (enam) orang karyawan. Terdapat berbagai macam produk obat herbal yang diproduksi, seperti teh bajakah, teh bawang dayak, pro kes, ramuan tradisional 18 macam herbal, dan lain-lain. Potensi tumbuhan obat khas Kalimantan Tengah yang cukup besar dan masih terdapat usaha yang bergerak di bidang serupa namun belum memiliki perizinan usaha dan produk yang lengkap mendorong pemilik untuk mendirikan PT. Berkat Uhat Kayu untuk memproduksi obat herbal khas Kalimantan Tengah dengan kualitas yang terjamin yang dapat terlihat dari perizinan usaha dan produk yang lengkap.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sihite (2024), usaha PT. Berkat Uhat Kayu layak untuk dijalankan dan berada pada posisi yang menguntungkan dari segi finansial. Namun, dalam perjalanannya, PT. Berkat Uhat Kayu menghadapi beberapa tantangan yang berpotensi menghambat perkembangan usaha, baik dari lingkungan internal dan eksternal yang dapat berdampak pada keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang paling tepat bagi PT. Berkat Uhat Kayu agar dapat bersaing secara berkelanjutan.

METODE

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di PT. Berkat Uhat Kayu Jl. Mendawai Komplek Sosial No. 102 Kota Palangka Raya dengan mempertimbangkan bahwa usaha ini merupakan produsen obat herbal tradisional yang telah lama beroperasi, memiliki legalitas usaha yang lengkap seperti sertifikat halal, izin BPOM, dan izin UMOT, serta menjadi salah satu UMKM binaan Bank Indonesia sehingga dinilai representatif sebagai objek penelitian pengembangan usaha. Selain itu, PT. Berkat Uhat Kayu memasarkan produknya tidak hanya di wilayah lokal, tetapi juga ke luar daerah dan pernah melakukan ekspor. Oleh karena itu, usaha ini layak dijadikan studi kasus dalam merumuskan strategi pengembangan usaha.

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara yang kemudian diolah secara kuantitatif menggunakan analisis SWOT dan pendekatan deskriptif kualitatif. Pemilihan analisis SWOT didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi PT. Berkat Uhat Kayu. Analisis SWOT kemudian diperkuat dengan penggunaan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk memberikan penilaian kuantitatif berupa bobot, rating, dan skor sehingga hasil analisis menjadi lebih objektif dan terukur, sedangkan metode kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendalam dan menyeluruh mengenai kondisi nyata usaha PT. Berkat Uhat Kayu dan data sekunder diperoleh dari studi literatur terkait. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui gambaran umum usaha.

Pembobotan pada matriks IFAS dan EFAS dilakukan dengan menentukan tingkat kepentingan setiap faktor terhadap keberhasilan usaha, di mana total bobot harus berjumlah 1,00. Pemberian rating pada setiap faktor menggunakan skala 1 sampai 4 untuk menunjukkan

seberapa efektif perusahaan merespons faktor tersebut, yang kemudian dikalikan dengan bobot untuk mendapatkan skor total. Hasil skor akhir dari kedua matriks tersebut digunakan sebagai koordinat (x,y) untuk menentukan posisi perusahaan pada diagram kuadran SWOT, yang menjadi dasar utama dalam merumuskan strategi pertumbuhan yang agresif atau diversifikasi bagi perusahaan. Selain itu, uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap instrumen kuesioner untuk memastikan kelayakan dan konsistensi data yang digunakan dalam penilaian faktor internal dan eksternal (Rangkuti, 2021).

Pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan memilih pemilik usaha sebagai informan kunci (*key informant*), karena merupakan pihak yang paling mengetahui kondisi usaha dan mampu memberikan informasi yang relevan mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan. Data penelitian juga didukung oleh informan lain, yaitu penanggung jawab dari tenaga kesehatan bidang farmasi, konsumen, dan instansi terkait. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi pearson (*Correlation Pearson*). Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS 26 dengan kriteria jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya, sedangkan uji reliabilitas menggunakan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dengan batasan 0,6 (Sujarweni, 2020). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60, maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten dan sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha PT. Berkat Uhat Kayu

PT. Berkat Uhat Kayu adalah sebuah perseroan perorangan yang berlokasi di Kota Palangka Raya dan bergerak di bidang produksi obat herbal tradisional khas Kalimantan Tengah. PT. Berkat Uhat Kayu berdiri sejak tahun 2014 dan dikelola oleh Ibu Heni Wijastuti sebagai pemilik dan 6 (enam) orang karyawan. Pada awalnya PT. Berkat Uhat Kayu berstatus sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM), kemudian bertransformasi menjadi Perusahaan Jamu (PJ), sebelum akhirnya beralih menjadi Perseroan Perorangan (PT Perorangan).

Keinginan untuk mendirikan usaha muncul dari besarnya potensi tanaman obat khas Kalimantan Tengah yang dipercaya memiliki manfaat bagi kesehatan dan mampu membantu mengatasi berbagai jenis penyakit. Pengetahuan awal mengenai pengolahan obat herbal diperoleh secara otodidak dari pengalaman kerja pemilik saat bekerja sama dengan rekannya di bidang obat herbal. Berbekal pengetahuan tersebut, Ibu Heni selaku pemilik memulai untuk mendirikan usaha obat herbal secara mandiri dengan modal awal sebesar Rp65.000.

Pada awal berdirinya PT. Berkat Uhat Kayu, kegiatan produksi dilakukan sepenuhnya oleh pemilik tanpa melibatkan karyawan, mulai dari pengolahan bahan baku hingga distribusi produk. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk obat herbal, pada tahun 2016 pemilik mulai mempekerjakan karyawan untuk membantu proses produksi. Bahan baku untuk produksi diperoleh dari petani yang memiliki lahan budidaya sendiri, maupun pengumpul yang mengambil dari hutan secara langsung. Mayoritas bahan baku diperoleh dari Kalimantan Tengah, seperti daerah Sei Gohong, Kereng Bangkirai, dan Tangkiling. Namun, terdapat pula bahan baku yang diperoleh dari Kalimantan Selatan, seperti sarang semut.

Kemasan produk pada awalnya masih dikemas dalam bentuk plastik gula yang berisi potongan kayu dan tidak memiliki label atau keterangan produk. Kesadaran akan pentingnya kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk mendorong pemilik untuk berinovasi. Kemasan kemudian berkembang dari bentuk mika menjadi *standing pouch* dan karton, lengkap

dengan desain menarik, informasi produk yang ringkas, serta pencantuman sertifikasi dan legalitas resmi, yaitu NIB (Nomor Induk Berusaha), sertifikasi halal, izin edar BPOM (Nomor BPOM), dan izin UMOT (Usaha Mikro Obat Tradisional).

Kondisi pasar obat herbal di Kota Palangka Raya pada masa awal perusahaan berdiri menjadi tantangan dalam pemasaran produk dikarenakan oleh rendahnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan khasiat obat herbal, khususnya yang berbahan dasar tanaman obat khas Kalimantan Tengah. Upaya promosi dilakukan melalui *door to door* seperti di kantor, sekolah, dan rumah sakit, kemudian produk juga mulai dijual di retail modern dan toko oleh-oleh di Kota Palangka Raya, seperti Hypermart, Sendys Swalayan, dan Toko Imur Bahalap serta dijual di *e-commerce* berupa Shopee. Dukungan dari pemerintah daerah dan instansi terkait turut berperan penting, khususnya melalui fasilitasi partisipasi dalam pameran dan bazar yang diselenggarakan secara rutin.

Omset penjualan PT. Berkat Uhat Kayu setiap bulannya berkisar antara Rp.24.000.000–Rp.35.000.000. Produk yang paling banyak terjual adalah pro kes, teh celup bawang dayak, dan teh celup bajakah. Setiap bulan produksi rata-rata ketiga produk tersebut mencapai 400 pcs pro kes, 200 – 250 pcs teh bawang dayak, dan 300 pcs teh bajakah. PT. Berkat Uhat Kayu tidak hanya melakukan pemasaran produk di Kota Palangka Raya, tetapi juga melakukan pemasaran produk hingga ke berbagai daerah seperti Cianjur, Jambi, dan Palembang bahkan sampai ke luar negeri seperti ke negara Kazakhstan melalui bantuan agen (pihak kedua dari Kementerian Luar Negeri Indonesia) dengan produk yang diekspor yaitu, teh bawang dayak.

Analisis Faktor Internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*)

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

| No. | Kekuatan (<i>Strengths</i>) | Bobot | Rating | Skor |
|-------------------|--|----------|--------|-------------|
| 1. | Legalitas dan izin yang cukup lengkap | 0,10 | 4 | 0,41 |
| 2. | Harga produk terjangkau | 0,10 | 4 | 0,41 |
| 3. | Produk berasal dari bahan alami khas Kalimantan Tengah | 0,10 | 4 | 0,41 |
| 4. | Kualitas dan mutu produk terjamin | 0,10 | 4 | 0,41 |
| 5. | Usaha berjalan dalam waktu yang cukup lama | 0,08 | 3 | 0,23 |
| 6. | Perusahaan memproduksi produk sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) | 0,08 | 3 | 0,23 |
| 7. | Struktur organisasi yang jelas | 0,08 | 3 | 0,23 |
| 8. | Jaringan pemasaran mencakup luar daerah dan ekspor | 0,08 | 3 | 0,23 |
| | | | | 2,56 |
| No. | Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) | Bobot | Rating | Skor |
| 1. | Kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru karena keterbatasan kualitas SDM | 0,03 | 1 | 0,03 |
| 2. | Keterbatasan tenaga kerja dalam produksi dan pemasaran | 0,05 | 2 | 0,10 |
| 3. | Promosi digital masih terbatas | 0,05 | 2 | 0,10 |
| 4. | Sistem pencatatan keuangan masih jarang dilakukan | 0,05 | 2 | 0,10 |
| 5. | Perusahaan memproduksi produk dengan kapasitas terbatas | 0,05 | 2 | 0,10 |
| 6. | Limbah hasil produksi tidak dikelola lebih lanjut | 0,05 | 2 | 0,10 |
| Total | | 1 | | 0,54 |
| Total IFAS | | | | 3,10 |

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 2., diperoleh nilai IFAS sebesar 3,10 yang terdiri dari kekuatan (*strengths*) sebesar 2,56 dan kelemahan (*weaknesses*) sebesar 0,54. Kekuatan utama pada PT. Berkat Uhat Kayu dengan skor tertinggi sebesar 0,41 adalah legalitas dan izin yang dimiliki perusahaan cukup lengkap sehingga kualitas dan mutu produk terjamin, harga produk terjangkau dan berasal dari bahan baku obat-obatan khas Kalimantan Tengah. Hal

tersebut sesuai dengan realitas yang terdapat di lapangan, di mana menurut data dari Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Kota Palangka Raya PT. Berkat Uhat Kayu merupakan salah satu dari tiga pelaku usaha obat herbal di Kota Palangka Raya yang telah mengantongi sertifikasi dan legalitas secara lengkap. Menurut Alfaini & Suprapti (2023), sertifikasi dan legalitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, seperti adanya sertifikasi halal yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen dalam melakukan pembelian produk. Selain itu, berdasarkan keterangan pemilik dan konsumen, harga produk dinilai sepadan dengan kualitas yang diterima dan dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

Kelemahan utama yang dihadapi oleh PT. Berkat Uhat Kayu terletak pada rendahnya kemampuan perusahaan dalam mengadopsi teknologi baru akibat keterbatasan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki skor sebesar 0,03. Kondisi ini sejalan dengan pernyataan pemilik yang mengungkapkan bahwa sebagian besar karyawan masih kurang terampil dalam mengoperasikan perangkat teknologi modern. Keterbatasan kompetensi tersebut pada akhirnya menghambat proses integrasi teknologi dalam operasional harian perusahaan, mulai dari manajemen produksi hingga pemasaran digital.

Analisis Faktor Internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*)

Tabel 3. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

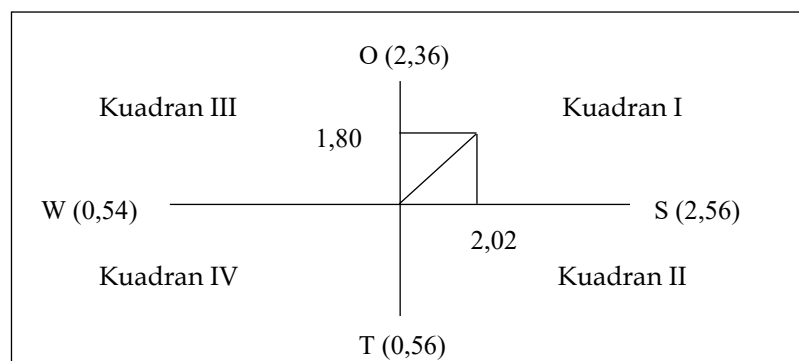
| No. | Peluang (<i>Opportunities</i>) | Bobot | Rating | Skor |
|-------------------|--|----------|--------|-------------|
| 1. | Potensi pasar yang besar di dalam dan luar negeri | 0,16 | 4 | 0,64 |
| 2. | Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk herbal tradisional | 0,16 | 4 | 0,64 |
| 3. | Adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM | 0,12 | 3 | 0,36 |
| 4. | Kebijakan sertifikasi produk yang mendukung legalitas usaha | 0,12 | 3 | 0,36 |
| 5. | Teknologi digital yang memudahkan pemasaran dan distribusi | 0,12 | 3 | 0,36 |
| | | | | 2,36 |
| No. | Ancaman (<i>Threats</i>) | Bobot | Rating | Skor |
| 1. | Adanya alih fungsi lahan dari tanaman obat-obatan menjadi lahan lain | 0,04 | 1 | 0,04 |
| 2. | Adanya produk serupa dengan merek dan harga yang berbeda | 0,04 | 1 | 0,04 |
| 3. | Harga bahan baku untuk beberapa produk mengalami kenaikan | 0,08 | 2 | 0,16 |
| 4. | Tingkat budidaya tanaman obat masih rendah | 0,08 | 2 | 0,16 |
| 5. | Tingginya biaya investasi dalam modernisasi produksi | 0,08 | 2 | 0,16 |
| Total | | 1 | | 0,56 |
| Total EFAS | | | | 2,92 |

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 3., diperoleh nilai EFAS sebesar 2,92 dengan peluang (*opportunities*) sebesar 2,36 dan ancaman (*threats*) sebesar 0,56. Peluang utama pada PT. Berkat Uhat Kayu dengan skor tertinggi sebesar 0,64 adalah potensi pasar yang besar dan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk obat herbal tradisional. Hal tersebut dapat terlihat dari nilai ekspor untuk produk industri farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional yang mencapai peningkatan sebesar 8,78 persen dibanding tahun 2022 pada triwulan IV, dengan nilai ekspor sebesar USD 543,7 juta (Wisnubroto, 2024).

Ancaman utama pada PT. Berkat Uhat Kayu terletak pada adanya alih fungsi lahan dari tanaman obat-obatan menjadi lahan lain dan adanya produk serupa dengan merek dan harga yang berbeda dengan skor 0,04. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan pemilik dimana

| | |
|---|---|
| modernisasi alat produksi | untuk mendukung pasokan bahan baku obat |
| 5. Adanya produk serupa dengan merek dan harga yang berbeda | |

Berdasarkan Tabel 4., dapat diketahui bahwa strategi pengembangan usaha yang tepat pada PT. Berkat Uhat Kayu dapat diketahui melalui perhitungan berdasarkan nilai faktor internal dan eksternal. Proses pemetaan posisi tersebut dapat dilakukan melalui pengurangan antara jumlah kekuatan dan kelemahan untuk sumbu (X) dan pengurangan antara jumlah peluang dan ancaman untuk sumbu (Y) maka nilai (X) = (S-W) = 2,56 - 0,54 = 2,02 dan nilai (Y) = (O-T) = 2,36 - 0,56 = 1,80. Melalui perolehan nilai tersebut, posisi titik koordinat perusahaan dapat dipetakan secara akurat pada diagram guna mengidentifikasi arah kebijakan pertumbuhan yang paling optimal yang dapat terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Posisi Perusahaan pada Kuadran SWOT

Berdasarkan kuadran SWOT pada Gambar 1., PT. Berkat Uhat Kayu terletak pada kuadran I. Hal ini berarti perusahaan berada pada situasi yang menguntungkan sehingga strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi S-O yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha PT. Berkat Uhat Kayu adalah:

1. PT. Berkat Uhat Kayu dapat memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan legalitas yang dimiliki sebagai jaminan kualitas dan kepercayaan produk (S1, S3, S5, S8, O1, O2, O3, O4). Legalitas usaha dan sertifikasi halal yang dimiliki PT. Berkat Uhat Kayu menjadi bukti komitmen perusahaan terhadap menjaga keamanan produk. Melalui adanya legalitas dan sertifikasi halal yang dimiliki oleh perusahaan, maka dapat berpengaruh positif terhadap volume penjualan (Falah, 2021). Perusahaan juga dapat memanfaatkan hal tersebut untuk menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Perluasan pasar diperlukan untuk mendapatkan pemasaran yang lebih produktif dan meningkatkan pendapatan usaha (Damanik dkk., 2023).
2. Mempertahankan harga produk dengan kualitas dan mutu yang terjamin melalui penerapan SOP yang konsisten dalam proses produksi serta pengawasan mutu secara berkala (S6, S8, O4).

PT. Berkat Uhat Kayu telah menerapkan harga pokok produksi (HPP) sebagai dasar dalam penetapan harga jual produknya. Menurut Defrizal & Narundana (2024), penerapan HPP bertujuan untuk memudahkan penentuan harga jual produk, menentukan jumlah keuntungan pada usaha atau kerugian yang dialami saat

menjalankan usaha, membantu UMKM dalam menentukan jumlah kapasitas produk yang akan diproduksi, dan mampu mengklasifikasi biaya yang dikeluarkan. Melalui penerapan harga pokok produksi (HPP) dan standar operasional produksi (SOP) yang konsisten perusahaan diharapkan dapat mempertahankan harga produk dengan tetap menjaga kualitas dan mutu produk.

3. Optimalisasi promosi digital untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk, didukung dengan strategi pemasaran yang tepat (S1, S3, S5, S6, S7, S8, O1, O5). PT. Berkat Uhat Kayu dapat mengoptimalkan promosi produk secara digital melalui berbagai saluran pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan sertifikasi dan legalitas produk. Menurut Siburian dkk., (2020), kegiatan promosi merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan dalam upaya mengembangkan usaha yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Strategi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa (2022) yang menyatakan bahwa pemasaran digital sebagai strategi pemasaran sangat baik dilakukan karena memiliki jangkauan yang luas dan memiliki segmentasi pasar yang luas dan tertampil dalam berbagai media dengan minim pembayaran dan tenaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, PT. Berkat Uhat Kayu berada pada posisi strategis untuk melaksanakan strategi pertumbuhan agresif. Strategi pengembangan yang disarankan meliputi memanfaatkan legalitas produk untuk memperluas pasar, menjaga mutu produk melalui efisiensi produksi dan penerapan SOP, meningkatkan promosi digital dengan strategi yang tepat sasaran, dan melakukan pengawasan mutu secara rutin. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah melakukan studi lanjutan terkait usaha obat herbal tradisional, khususnya dalam aspek yang belum dianalisis secara mendalam, seperti penentuan strategi yang tepat melalui metode lanjutan seperti QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaini, A. A., & Suprapti, I. (2023). Pengaruh produk berlabel halal dalam keputusan pembelian. *Jurnal Pertanian Cemara*, 20(1), 45-55. <https://doi.org/10.24929/fp.v20i1.2545>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). Laju Pertumbuhan Penduduk (Persen) Tahun 2024. Diakses pada 19 Februari 2025 melalui <https://www.bps.go.id/id>.
- Damanik, R., Berkat, Sunaryati, R., Pordamantra, & Antang, E. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Obat-Obatan Tradisional di Pasar Kahayan Kota Palangka Raya (Studi Kasus Toko Pasak Bumi). *J-SEA (Journal Socio Economics Agricultural)*, 18(1), 78-85. <https://doi.org/10.52850/jsea.v18i1.10646>
- Defrizal, & Narundana, V. (2024). Pelatihan Perhitungan HPP Bagi UMKM Binaan Rumah BUMN Bandar Lampung Dalam Rangka Efisiensi Biaya Produksi. *Madiun Spoor: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 41-47. <https://doi.org/10.37367/jpm.v4i1.351>
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Kalimantan Tengah. (2024). Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Provinsi Kalimantan Tengah Per 31 Desember 2023. Diakses pada 01 Februari 2025 melalui <https://diskopukm.kalteng.go.id/>.
- Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Palangka Raya. (2024). Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berdasarkan Kecamatan dan Jenis Usaha Kota Palangka Raya Tahun 2023.

- Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Palangka Raya. (2024). Data Industri Kecil dan Menengah Kota Palangka Raya Juli s/d Desember 2023.
- Falah, F. (2021). Pengaruh Legalitas Usaha, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Volume Penjualan Pada Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah]. Repositori Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024,). Menko Airlangga: Pemerintah Dukung Bentuk Kolaborasi Baru agar UMKM Indonesia Jadi Bagian Rantai Pasok Industri Global. Diakses pada 10 Maret 2025 melalui <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5885/menko-airlangga-pemerintah-dukung-bentuk-kolaborasi-baru-agar-umkm-indonesia-jadi-bagian-rantai-pasok-industri-global>.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98-102. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v5i1>
- Rahayu, P., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(02), 448-456. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23415>
- Rangkuti, F. (2021). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI)*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salamah, U., Della, S., Lumbanraja, S., Jinan, A., Salsabila, N., Wibowo, R., Ningsih, R., & Andayanti, W. (2022). Analisis Peran UMKM dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran pada Usaha "Kenthuky Samara Chicken." *Jurnal Usaha*, 3(2), 101-108. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1578>.
- Siburian, F., Yamani, A., & Sunaryati, R. (2020). Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus Studi Kasus Industri Rumah Tangga Kelompok Tampung Parei Palangka Raya. *J-SEA (Journal Socio Economics Agricultural)*, 15(1), 1-9. <https://doi.org/10.52850/jsea.v15i1.1042>
- Sihite, R.R. (2024). Studi Kelayakan Usaha Berkat Uhat Kayu dan Peranan Program Sosial Bank Indonesia KPW Provinsi Kalimantan Tengah. [Skripsi, Universitas Palangka Raya]. Repositori Universitas Palangka Raya.
- Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Wisnubroto, K. (2024). Mendorong Kemandirian Industri Herbal. Diakses 20 Maret 2025 melalui <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5885/menko-airlangga-pemerintah-dukung-bentuk-kolaborasi-baru-agar-umkm-indonesia-jadi-bagian-rantai-pasok-industri-global>.