

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian masih menjadi sektor yang unggul dan ditekuni oleh masyarakat Indonesia. Sektor pertanian akan memperkuat sektor kesehatan dalam hal gizi dan kesehatan lingkungan (Tenriawaru *et al.* 2021). Hingga kini sektor pertanian telah berkembang pesat tidak hanya bagian produksinya saja tetapi juga mulai menciptakan produk yang bernilai tinggi untuk dijual dan memperoleh keuntungan. Hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga setiap usaha perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing (Rahmawati, 2020).

Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI menyatakan bahwa sektor pertanian pada tahun 2021 tumbuh 1,84 persen *year on year* (yoy) dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 13,28 persen. Kemudian pada Kuartal II-2022, sektor pertanian menunjukkan konsistensi dengan pertumbuhan positif 1,37 persen dan berkontribusi 12,98 persen terhadap perekonomian nasional. Tren positif tersebut juga turut menjaga kesejahteraan petani dengan capaian Nilai Tukar Petani (NTP) tertinggi pada Maret 2022 yakni sebesar 109,29 sedangkan NTP pada Juli 2022 tercatat sebesar 104,25.

Pengembangan usaha pertanian basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindaklanjuti dengan langkah nyata (Afridal, 2017). Pengembangan usaha pertanian ini diikuti dengan perubahan masyarakat dan perkembangan teknologi di era globalisasi ini mengakibatkan masyarakat lebih menginginkan sesuatu yang praktis dalam segala hal, termasuk makanan yang akan dikonsumsi baik makanan dan minuman. Masyarakat khususnya konsumen cenderung menginginkan suatu kemudahan, kepraktisan dan kenyamanan (Sari, 2017). Saat ini pilihan minuman siap saji sudah begitu banyak tersedia. Dekas (2022) menambahkan, di era globalisasi ini, terdapat berbagai macam minuman yang beredar di seluruh Indonesia serta memiliki berbagai macam rasa yang berbeda. Minuman yang memiliki cita rasa berbeda, terjamin kualitasnya akan lebih menarik konsumen untuk mengkonsumsi minuman tersebut.

Adanya kebutuhan akan produk minuman tersebut maka banyak perusahaan yang bersaing untuk menciptakan berbagai aneka minuman demi memenuhi kebutuhan konsumen.

Meningkatnya populasi masyarakat *middle class income* akan memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan industri makanan dan minuman olahan di Indonesia. Data industri minuman menunjukkan bahwa konsumsi minuman ringan di Indonesia masih didominasi oleh air minuman dalam kemasan (84,1 persen), diikuti teh cepat saji (8,9 persen), minuman berkarbonasi (3,5 persen), dan minuman ringan lainnya (3,5 persen). Penjualan air minuman dalam kemasan tumbuh rata-rata 12,3 persen selama tahun 2008-2014. Sementara untuk minuman teh siap saji, penjualan tumbuh rata-rata 8-12 persen per tahun (Susilawati, 2019).

Komoditas teh dalam perekonomian Indonesia cukup strategis. Industri teh Indonesia diperkirakan menyerap sekitar 300.000 pekerja dan menghidupi sekitar 1,2 juta jiwa. Selain itu, secara nasional industri teh menyumbang produk domestik bruto (PDB) sekitar Rp1,2 triliun (0,3 persen dari total PDB non-migas) dan menyumbang devisa bersih sekitar 110 juta dolar AS per tahun. Pada aspek lingkungan, usaha budidaya dan pengolahan teh termasuk jenis usaha yang mendukung konservasi tanah dan air. Beberapa pasar utama teh yang telah dikuasai Indonesia telah diambil alih oleh negara produsen teh lainnya. Pasar-pasar yang kurang dapat dipertahankan Indonesia atau telah diambil alih oleh negara produsen teh lainnya adalah Pakistan, Inggris, Belanda, Jerman, Irlandia, Rusia, Amerika Serikat, Singapura, Malaysia, Suriah, Taiwan, Mesir, Maroko, dan Australia (Suprihatini, 2019).

Data Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan, sejak tahun 2019-2023 Jawa Barat adalah salah satu provinsi dengan produksi teh terbanyak di Indonesia. Perkebunan Rakyat menghasilkan 45 persen produksi teh dan menyumbang produksi paling tinggi di tahun 2019, disusul Perkebunan Besar Swasta 29 persen dan Perkebunan Besar Negara 26 persen. Produksi perkebunan teh di Jawa Barat tahun 2019 sebanyak 97.756 ton mengalami kenaikan 5,16 persen dari tahun 2018 yang menghasilkan 92.962 ton. Laporan Statistik Teh Indonesia 2022 dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, produksi teh nasional mencapai 124,7 ribu ton

sepanjang 2022. Angka ini turun 9,56 persen dibandingkan periode produksi 2021. Berdasarkan provinsinya, Jawa Barat jadi produsen teh terbesar di Tanah Air dengan volume 66,87 persen dari total produksi nasional pada 2022.

Data dari Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan produksi teh di Kabupaten Tasikmalaya memberikan sumbangan terbesar terhadap produksi teh di Provinsi Jawa Barat. Tahun 2021, produksi teh di Kabupaten Tasikmalaya ialah sebanyak 13.227,23 ton untuk perkebunan rakyat, 1.008,35 ton yang terdiri dari perkebunan besar swasta, dan 2.182 ton untuk perkebunan besar negara. Produksi teh yang terbilang besar ini memberikan peluang kepada masyarakat Kabupaten Tasikmalaya untuk menciptakan produk dari teh agar dapat memiliki nilai jual yang lebih dan memberikan keuntungan masyarakat Kabupaten Tasikmalaya.

Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Tasikmalaya (2022) mendata bahwa perkebunan teh rakyat Kabupaten Tasikmalaya berada di 16 kecamatan yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. Perkebunan Teh Rakyat di Kabupaten Tasikmalaya, Tahun 2022

No	Kecamatan	Luas Areal (ha)
1	Bojonggambir	3.656
2	Ciawi	3
3	Cigalontang	96
4	Cisayong	51
5	Culamega	171
6	Kadipaten	20
7	Karangnunggal	26
8	Leuwisari	12
9	Mangunreja	6
10	Pagerageung	117
11	Puspahiang	145
12	Salawu	30
13	Sriwangi	47
14	Sodonghilir	1.160
15	Sukahening	20
16	Taraju	963
Jumlah		6.523

Sumber : Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kab. Tasikmalaya (2022)

Tabel 1 memperlihatkan bahwa Kecamatan Bojonggambir merupakan wilayah yang memiliki kebun teh rakyat yang paling luas. Bojonggambir telah membudidayakan teh sejak zaman kolonial Belanda dan mulai berkembang di akhir Tahun 1970an.

Adanya lahan perkebunan teh ini membuat banyak pabrik-pabrik pengolahan teh bermunculan dan tidak serta merta meningkatkan nilai tambah bagi petani, tetapi juga mampu menghadirkan berbagai produk olahan dari pucuk teh. Berbagai produk teh yang beredar di masyarakat terus bersaing untuk diminati konsumen. Karena itu, masing-masing perusahaan yang memproduksi teh harus menyiapkan strategi terbaik agar usahanya terus berkembang dan mampu bersaing dengan berbagai usaha sejenis yang telah ada sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan Afridal (2017) menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan terdiri dari strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis. Strategi pengembangan ini akan menentukan arah perkembangan usaha menjadi semakin baik atau sebaliknya. PD Selamat Jaya merupakan salah satu Perusahaan dagang yang terletak di Desa Mangkonjaya, Kecamatan Bojonggambir, Kabupaten Tasikmalaya, yang memproduksi teh sejak tahun 2005. PD Selamat Jaya mempunyai kebun sendiri seluas 15 hektar, dan kapasitas produksi tehnya bisa mencapai 10 ton. PD Selamat Jaya ini satu-satunya perusahaan dagang di Desa Mangkonjaya Kecamatan Bojonggambir yang berupaya meningkatkan nilai jual teh dengan menciptakan produk sendiri yaitu Teh Serbuk “Puder Tea”.

Banyaknya merek teh yang beredar di pasaran menimbulkan persaingan agar usahanya tetap terus berjalan, begitupun dengan produk Teh Serbuk “Puder Tea”. Produk Teh Serbuk “Puder Tea” ini mulai diproduksi sejak awal tahun 2023. Dalam proses pengembangan usaha dan persaingan dengan kompetitor, PD Selamat Jaya memerlukan strategi pengembangan. Maka dari itu, perlu adanya pengambilan keputusan melalui strategi yang tepat dalam meningkatkan usaha Teh Serbuk “Puder Tea”. Pemilihan tempat penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis strategi pengembangan yang dilakukan PD Selamat Jaya untuk mengembangkan produk teh supaya dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Berdasarkan latar belakang, penulis tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Pengembangan Usaha Teh Serbuk “Puder Tea” (Kasus di PD Selamat Jaya yang bermitra dengan SMKN Bojonggambir)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha Teh Serbuk “Puder Tea” di PD Selamat Jaya?
2. Apa saja alternatif strategi pengembangan usaha Teh Serbuk “Puder Tea” yang dapat digunakan oleh PD Selamat Jaya?
3. Apa strategi prioritas yang paling tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha Teh Serbuk “Puder Tea” di PD Selamat Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha Teh Serbuk “Puder Tea” di PD Selamat Jaya.
2. Menyusun alternatif strategi pengembangan usaha Teh Serbuk “Puder Tea” yang dapat digunakan oleh PD Selamat Jaya.
3. Menentukan strategi prioritas yang paling tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha Teh Serbuk “Puder Tea” PD Selamat Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca, khususnya:

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi dan pembelajaran mengenai strategi pengembangann usaha perusahaan untuk diimplementasikan kemudian hari.
2. Bagi PD Selamat Jaya, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan alternatif dalam perumusan strategi pengembangan usaha yang tepat.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi mengenai strategi pengembangan usaha di PD Selamat Jaya dan dapat dijadikan literatur untuk penelitian selanjutnya.