

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Cengkeh

Tanaman cengkeh merupakan salah satu penghasil minyak atsiri atau *essentials oil*. Di Indonesia minyak cengkeh memiliki potensi besar. Tanaman primadona yang merupakan penghasil minyak atsiri di Indonesia adalah tanaman cengkeh dan nilam (Majid *et al.*, 2015). Tanaman cengkeh adalah tanaman rempah, dimana bagian utama tanaman tersebut yang paling komersial adalah bunga cengkeh yang sebagian besar digunakan dalam industri rokok yaitu berkisar 80-90%. Tanaman cengkeh dapat menghasilkan tiga jenis minyak atsiri yaitu minyak cengkeh, minyak tangkai cengkeh dan minyak daun cengkeh. Semua bagian tanaman cengkeh mengandung minyak atsiri (Sasongko *et al.*, 2022). Pengolahan minyak daun cengkeh masih terbatas, padahal minyak dapat dihasilkan dengan menggunakan peralatan yang sederhana, seperti halnya penyulingan minyak kayu putih.

Minyak atsiri daun cengkeh dibutuhkan dalam berbagai industri sebagai salah satu bahan baku dalam memproduksi penyedap makanan, minuman, parfum, kosmetik, farmasi. Cengkeh biasanya digunakan sebagai obat tradisional dalam penyembuhan berbagai macam penyakit, dan juga dapat digunakan sebagai penyedap masakan (Wael *et al.*, 2018). Aroma cengkeh yang khas dihasilkan oleh senyawa eugenol, yang merupakan senyawa utama (72-90%). Tanaman cengkeh dengan umur 6,5-8,5 tahun dapat menghasilkan bunga cengkeh basah 3

kg/pohon/tahun dan daun cengkeh gugur 26 kg/pohon/tahun atau 2,6 ha/tahun (populasi tanaman 100 pohon/ha). Usaha minyak daun cengkeh bersifat musiman karena sangat tergantung pada ketersediaan bahan baku. Saat musim kemarau ketersediaan bahan baku melimpah dan sebaliknya pada musim penghujan terjadi kekurangan suplai bahan baku. Umumnya, proses produksi minyak daun cengkeh dapat dilakukan 5-6 bulan dalam satu tahun (Patmawati *et al.*, 2023).

Komoditas cengkeh telah dikembangkan menjadi beberapa produk diantaranya adalah minyak cengkeh, obat-obatan herbal, bumbu masakan dan rokok kretek. Minyak cengkeh diekstrak dari daun, batang, dan bunga cengkeh. Minyak ini digunakan dalam berbagai aplikasi, termasuk aromaterapi, pengobatan tradisional, kosmetik, dan bahan perisa makanan. Bunga kering cengkeh merupakan bahan baku yang digunakan untuk rokok kretek, obat-obatan serta bumbu masakan. Bunganya memiliki nilai ekonomi tertinggi sebagai produk utama cengkeh (Lumbessy, 2023). Cengkeh juga dapat dijadikan sebagai pengawet alami karena memiliki sifat antimikroba sehingga ekstraknya sering digunakan sebagai pengawet alami untuk produk pangan atau kosmetik. Oleoresin cengkeh diekstraksi dari bunga atau daun cengkeh, oleoresin mengandung aroma dan rasa yang lebih pekat dibandingkan minyak cengkeh. Produk ini banyak digunakan dalam industri makanan dan minuman sebagai perisa dan pewangi. Produk olahan cengkeh dapat mendatangkan banyak nilai tambah bagi produsennya, karena cengkeh merupakan komoditas yang paling menjanjikan karena harga dan permintaan pasar yang tinggi (Siswanti *et al.*, 2022).

2.2 Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah rencana yang dirancang untuk memperluas, meningkatkan atau memperkuat operasi bisnis yang memiliki tujuan utama meningkatkan profitabilitas dan daya saing di pasar. Strategi pengembangan merupakan bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya dan upaya untuk meningkatkan atau mengubah sistem total dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Setiawan dan Rohman, 2015). Strategi pengembangan dapat mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang paling tidak selama lima tahun. Strategi pengembangan memiliki fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Strategi pengembangan usaha yang sesuai adalah strategi agresif yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (Yastini, 2018). Pemerintah juga harus berperan dalam pengembangan usaha milik Masyarakat dengan menetapkan peraturan baru serta mendukung pengembangan usaha agar menjadi lebih besar (Dewi *et al.*, 2017).

Pengembangan usaha dilakukan perusahaan yang bertujuan untuk menetapkan arah strategis dan membangun sasaran strategis untuk memperkuat kinerja dan daya saing secara menyeluruh. Pengembangan usaha meliputi beberapa faktor yaitu manajemen, permodalan, sumber daya manusia, dan pemasaran (Irmayani *et al.*, 2020). Berdasarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, strategi yang dirumuskan lebih spesifik tergantung pada kegiatan fungsional manajemen.

Strategi sangat diperlukan untuk pengembangan usaha sebagai upaya menghadapi ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada (Alamsyah dan Wulandari, 2022). Strategi pengembangan digunakan untuk mengetahui respon produk yang dihasilkan sehingga dapat diketahui keinginan pasar dari produk yang ditawarkan untuk memenuhi keinginan mereka. Perumusan strategi juga disebut pembuatan rencana jangka panjang untuk menangani kesempatan dan ancaman lingkungan.

2.3 Analisis SWOT

Analisis *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) adalah metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi atau proyek. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman pada suatu perusahaan (Irmayani *et al.*, 2020). Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016). Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman. Analisis SWOT memiliki beberapa keunggulan diantaranya model analisis ini dapat mendeteksi setiap kelemahan dan kelebihan sebuah perusahaan sehingga bermanfaat dalam meminimalisir dampak yang akan terjadi dimasa akan datang.

Analisis SWOT merupakan sebuah proses awal pada perumusan strategi pada pengembangan dan pembentukan pada suatu usaha dalam mencapai tujuan suatu perusahaan. Melalui analisis SWOT dapat menentukan identifikasi faktor internal

dan eksternal dari suatu perusahaan untuk merumuskan strategi pengembangan suatu usaha (Yastini, 2018). Strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis ini jika diterapkan secara akurat maka memiliki dampak yang cukup besar dari rancangan suatu strategi yang berhasil dan akan memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman suatu perusahaan. Rencana jangka pendek, atau rencana perbaikan (*Short-term improvement plan*), dapat terungkap dari analisis SWOT merupakan suatu wujud analisa terhadap keadaan atau kondisi dan memiliki sifat deskriptif (menggambarkan sesuatu). Dalam Analisis SWOT ini, kita memfokuskan situasi serta kondisi selaku elemen input serta mengelompokkannya sesuai dengan fungsinya masing-masing (Sulaiman dan Asmawi, 2023).

2.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis SWOT menunjukkan faktor internal dan faktor eksternal. Analisis lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang berada di dalam organisasi tersebut dan secara normal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada perusahaan. Analisis ini dapat memaksimalkan peluang dan secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Aspek internal mencakup faktor-faktor dari dalam organisasi atau usaha yang bisa dikendalikan. Pada budidaya dan produksi tanaman cengkeh aspek internal meliputi: sumber daya manusia (SDM), kuantitas, kualitas lahan dan bahan baku, teknologi dan infrastruktur, manajemen dan keuangan, pengolahan produk. Aspek internal sumber daya meliputi sumber

daya manusia, keuangan dan fisik yang dimiliki perusahaan. Kekuatan dan kelemahan pada analisis SWOT (*Strength, Weakness*) meliputi nilai, norma dan kebiasaan yang mempengaruhi kinerja organisasi. Proses operasional meliputi efisiensi dan efektivitas proses bisnis yang ada. Inovasi dan teknologi meliputi kemampuan perusahaan dalam berinovasi dan memanfaatkan teknologi. Aspek eksternal adalah faktor-faktor dari luar yang tidak bisa sepenuhnya dikendalikan namun sangat mempengaruhi usaha budidaya dan produksi cengkeh. Beberapa aspek eksternal meliputi: sumber daya alam (SDA) dipengaruhi oleh kondisi cuaca dan iklim, pasar dan permintaan konsumen, persaingan, kebijakan pemerintah, teknologi eksternal serta kondisi sosial dan ekonomi lokal (Awaluddin, 2015). Aspek eksternal merupakan faktor-faktor ekonomi, sosial, politik, dan teknologi yang mempengaruhi industri secara keseluruhan. Mulai dari persaingan analisis terhadap pesaing, termasuk kekuatan dan kelemahan mereka. Pelanggan merupakan preferensi dan perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi permintaan. Tren pasar meliputi perubahan tren dalam industri dan pasar yang dapat mempengaruhi strategi bisnis.

Analisis lingkungan internal penting karena memungkinkan organisasi untuk membuat strategi berdasarkan kapabilitas dan keterbatasan yang dimiliki, sehingga lebih siap dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Analisis internal perusahaan atau organisasi dapat memahami kapabilitasnya, sumber daya yang dimiliki, dan keterbatasan yang harus diatasi untuk tetap kompetitif di pasar (Gunawan *et al.*, 2015). Metode analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang terdapat

di lingkungan perusahaan. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan adalah matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). Lingkungan internal merujuk pada faktor-faktor yang berada di dalam perusahaan dan dapat dikendalikan. Beberapa analisis yang digunakan untuk mengukur kemampuan sumber daya internal perusahaan, yaitu: Analisis SWOT dan analisis rantai nilai (*value chain analysis*) dan pandangan berbasis sumber daya (*resource base view - RBV*).

Analisis lingkungan eksternal perlu dilakukan untuk mengidentifikasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman besar yang dihadapi suatu organisasi terhadap perubahan. Analisis lingkungan eksternal adalah berbagai faktor yang berada di luar organisasi yang harus diperhitungkan oleh organisasi perusahaan pada saat membuat keputusan. Faktor eksternal ini umumnya tidak bisa dikendalikan secara langsung oleh pelaku usaha, namun sangat penting dalam menentukan strategi bisnis. Analisis lingkungan eksternal perusahaan semua kejadian di luar perusahaan yang memiliki potensi untuk mempengaruhi perusahaan (Gunawan *et.*, 2015). Faktor-faktor kekuatan eksternal utama dalam melakukan analisis lingkungan eksternal menjadi lima kategori: kekuatan ekonomi, sosial, politik, teknologi dan kompetitif. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal suatu perusahaan adalah matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS).

2.5 Penelitian terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode	Hasil
1	Strategi Pengembangan Agribisnis Cengkeh di Desa Tenogo Kecamatan Paninggaran Kabupaten Pekalongan (Dewi <i>et al.</i> , 2017)	Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive). Metode analisis data yang dilakukan yaitu matriks SPACE, QSPM.	Posisi tersebut maka dirumuskan enam alternatif strategi: mengembangkan industri minyak atsiri, mendirikan dan menekankan promosi secara langsung kepada industri pabrik rokok, industri farmasi. Prioritas strategi yang terpilih berdasarkan perhitungan QSPM adalah mendirikan dan mengembangkan industri pembibitan.
2	Strategi Pengembangan Usahatani Minyak Daun Cengkeh (<i>syzygium aromaticum</i>) (Studi Kasus Usaha Industri Minyak Daun Cengkeh di Desa Tallambalao Kecamatan Tammerodo Sendana Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat). (Patmawati <i>et al.</i> , 2023)	Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling sensus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi. Analisis data dilakukan setelah data dikumpulkan yaitu: menentukan matriks faktor strategi internal (IFAS) dan menentukan matriks faktor strategi eksternal (EFAS).	Strategi yang diterapkan dalam pengembangan usahatani minyak daun cengkeh adalah strategi S-O (<i>Strength-Opportunity</i>) yaitu memaksimalkan produksi usaha minyak daun cengkeh untuk memenuhi permintaan kebutuhan konsumen, mempertahankan hasil produksi yang cukup tinggi dengan harga jual produk yang terjangkau untuk menarik minat pangsa pasar secara luas, memanfaatkan pengalaman berusahatani dengan meningkatkan kualitas hasil produksi minyak daun cengkeh yang lebih bagus.

Tabel 1. (Lanjutan)

No	Judul	Metode	Hasil
3.	Analisis SWOT Pengembangan Cengkeh (<i>Syzygium aromaticum</i>) di Desa Bhuana Giri, Kecamatan Bebandem, Kabupaten Karangasem. (Yastini. 2018)	Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan <i>purposive sampling</i> atau secara sengaja. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah 50 orang petani, petani sampel 25 orang petani dengan menggunakan simple random sampling. Analisis data menggunakan analisis SWOT dimana pada analisis SWOT akan didapat 2 faktor yaitu (1) Faktor Internal yaitu Kekuatan (<i>Strengths</i>) dan Kelemahan (<i>Weaknesses</i>), (2) Faktor Eksternal yaitu Peluang (<i>Opportunities</i>) dan Ancaman (<i>Threats</i>)	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT: Faktor internal dan Eksternal Strategi SO yaitu perluasan agribisnis, dan pemanfaatan kesuburan lahan. Strategi ST yaitu berfikir aktif dalam mengatasi cuaca, menjaga kualitas produk agar mampu bersaing, penanganan terhadap hama dan penyakit akan membantu pertumbuhan tanaman. Strategi WO yaitu meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi dan informasi, mengetahui informasi pasar. Dengan perawatan yang baik hama dan penyakit bisa diatasi dengan baik.