

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OBAT HERBAL MINHAJUL KAROMAH, PAGURON JALAK BANTEN NUSANTARA DALAM EKONOMI SYARIAH

Ratu Ageng Rekawati¹, Ahmad Waki², Misno³

^{1,2,3} Program Studi Megister Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Sahid Bogor

¹ ratuagen001@gmail.com

ABSTRAK

Tren penggunaan obat herbal saat ini semakin meningkat, diprediksi puncak kemajuan dari penggunaan obat herbal akan terjadi pada tahun 2050. Guna menuju ke sana maka produksi obat herbal menjadi keharusan, hal ini karena terbukti obat-obatan berbahan dasar herbal lebih mashlahat. Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah adalah salah satu dari produsen obat herbal yang ada di Banten. Bagaimana strategi pengembangan usaha ini? Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis kualitatif dan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity Threat). Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dan studi dokumen.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang dilakukan dalam usaha obat herbal Minhajul Karomah adalah; penambahan varian produk, meningkatkan kualitas SDM, memberikan layanan terbaik dan melakukan inovasi penjualan. Strategi ini dalam persepektif Islam adalah harus selaras dengan nilai-nilai syariah khususnya terkait dengan kehalalan produk serta pola manajemen syariah yang diterapkan dalam pengelolaannya.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan dari Obat Herbal Minhajul Karomah adalah captive market yaitu anggota PJBAN yang jumlah banyak serta peluang obat herbal. Kelemahannya adalah usaha yang belum lama berjalan, manajemen yang belum rapi serta sistem produksi yang belum stabil. Peluang yang ada adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap obat herbal serta terbukanya pasar internasional. Ancaman dari usaha ini adalah competitor dari perusahaan besar serta kebijakan yang masih belum mendukung obat herbal.

Kata Kunci: Obat Herbal, Analisis SWOT, Ekonomi Syariah

ABSTRACT

The trend of using herbal medicines is currently increasing, it is predicted that the peak of progress from the use of herbal medicines will occur in 2050. In order to get there, the production of herbal medicines is a must, this is because it is proven that medicines made from herbs are more beneficial. Minhajul Karomah Herbal Medicine Business is one of the herbal medicine manufacturers in Banten. What is the business development strategy? The research method used is qualitative with qualitative analysis and SWOT (Strength, Weakness, Opportunity Threat). Data were obtained through direct observation, in-depth interviews and document studies.

The results of this study are that the strategy used in the Minhajul Karamah herbal medicine business is; adding product variants, improving the quality of human resources, providing the best service and innovating sales. This strategy from an Islamic perspective is that it must be aligned with sharia values, especially those related to halal products and sharia management patterns that are applied in their management.

The SWOT analysis shows that the strength of Minhajul Karomah Herbal Medicine is the captive market, namely the large number of PJBAN members and the opportunity for herbal medicines. The weakness is that the business has not been running for a long time, the management is not neat and the production system is not stable. The opportunities that exist are the increasing public interest in herbal medicines and the opening of international markets. The threats from this business are competitors from large companies and policies that still do not support herbal medicines.

Keywords: Herbal medicine, SWOT analysis, Islamic economy

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang berjumlah sekitar 13.000 pulau. Besarnya jumlah pulau tersebut secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak pada beragamnya jumlah tanaman yang dapat hidup pada daerah di masing-masing pulau. Indonesia memiliki 35.000 jenis tanaman tingkat tinggi, dimana 3.500 diantaranya dilaporkan sebagai tanaman obat. Beberapa tanaman obat tersebut hanya tumbuh di daerah-daerah tertentu (tanaman endemik) dan ada pula yang tumbuh menyebar di seluruh kepulauan Indonesia.

Tanaman obat itu pun telah dimanfaatkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu. Bangsa Indonesia mengenal apa yang disebut dengan jamu dan TOGA (Taman Obat Keluarga).[1]

Tanaman obat mempunyai peranan penting dalam dunia kesehatan yang pemakainya sudah lama dikenal dan digunakan masyarakat Indonesia. Penggunaan obat tradisional akhir-akhir ini mengalami peningkatan, berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian, industri produk obat tradisional Indonesia telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir.

Data pada tahun 2010 mencatat industri obat tradisional Indonesia hanya sebesar Rp 1,5 triliun, kemudian meningkat sebesar 23,3% menjadi Rp 2,8 triliun pada tahun 2013. Hal ini dipengaruhi oleh kenaikan harga-harga obat-obat modern di masa krisis ekonomi. Dengan semakin tingginya biaya pengobatan dan harga obat-obatan kimia, serta banyaknya efek samping yang ditimbulkan dari mengkonsumsi obat-obatan kimia, sudah saatnya masyarakat sekarang lebih mengenal dan memanfaatkan lagi tanaman berkhasiat obat yang tidak mempunyai efek samping yang cukup mengawatirkan bagi pemakainya, karena efek tanaman berkhasiat obat bersifat alamiah.

Didasari juga dengan kenyataan bahwa tingkat kebutuhan masyarakat terhadap pengobatan semakin besar, tetapi taraf kehidupan masyarakat masih banyak yang kemampuannya pas-pasan, maka dari itu, pengobatan dengan bahan alam yang ekonomis merupakan solusi yang baik untuk menanggulangi masalah tersebut.[2]

Selain sebagai pengobatan, tanaman obat tradisional berfungsi ganda sebagai sayuran, bumbu masakan, tanaman hias/pelindung rumah hingga mampu menambah ekonomi keluarga. Kelebihan obat tradisional bagi masyarakat adalah kemudahan memperoleh tanaman yang ada di pekarangan, murah dan mudah diramu sendiri.[3]

Dapat dilihat bahwa prospek budidaya tanaman obat sekarang ini semakin terbuka lebar. Hal ini tidak terlepas dari berkembangnya industri obat herbal baik di dalam

maupun di luar negeri akibat gaya hidup back to nature. Selain itu semakin luasnya pemanfaatan tanaman obat untuk keperluan industri lain di luar industri obat tradisional dan farmasi, seperti industri makanan dan minuman, serta industri kosmetik membuat kebutuhan akan tanaman obat sebagai bahan baku semakin tinggi.[4]

Meskipun memiliki peluang yang sangat luar biasa dalam budidaya tanaman obat, Indonesia masih menghadapi banyak kendala dalam hal pengembangan. Beberapa kendala tersebut antara lain penyelenggaraan kegiatan budidaya tanaman obat yang belum profesional (diperkirakan 90% bahan baku masih berasal dari tumbuhan liar, hutan dan hasil pekarangan), ketidakmampuan petani dalam menjaga kualitas dan mutu tanaman obat yang disebabkan oleh minimnya bimbingan dan pelatihan yang diberikan kepada petani, dan masih minimnya perhatian industri tanaman obat terhadap hasil-hasil penelitian ilmiah dalam upaya pengembangan produk dan pasar.[4]

Pengembangan tanaman obat ini memang patut mendapatkan perhatian yang lebih, hal ini tentunya juga akan berdampak positif bagi peningkatan pendapatan suatu usaha. Obat Herbal Minhajul Karomah sebagai salah satu usaha yang menjual berbagai macam tanaman. Salah satu jenis tanaman yang dijual yaitu Tanaman Obat Keluarga (TOGA). Namun, perusahaan ini bukan satu-satunya perusahaan yang memasarkan tanaman obat. Untuk menghadapi persaingan, Merk Dagang Minhajul Karomah memerlukan langkah-langkah strategis untuk menghadapi pesaing dan mengembangkan usahanya.

Menurut data dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Indonesia memiliki 33 ribu spesies bahan obat yang berpotensi menjadi bahan obat herbal. Saat ini, pemanfaatannya baru sekitar 800 spesies yang menjadi bahan jamu dan 30 spesies yang menjadi obat herbal terstandar, serta hanya 12-14 spesies yang menjadi fitofarmaka (obat bahan alam yang telah dibuktikan keamanan dan khasiatnya secara ilmiah dengan uji praklinik). Dari sumber daya alam tersebut, obat herbal Indonesia memiliki potensi yang sangat besar baik di pasar lokal maupun global.

Dimasa pandemi seperti saat ini, hampir semua sektor mengalami penurunan, namun ada industri yang tetap gemilang dan tumbuh sebesar 14,96% yaitu ditunjukkan oleh sektor industri farmasi, obat kimia, dan obat tradisional. Dapat dikatakan bahwa industri yang bergerak di sektor kesehatan ini tidak terpengaruh selama Covid-19 dan justru mendapatkan permintaan cukup tinggi dari masyarakat.

Direktur Jenderal Industri Kimia, Farmasi dan Tekstil (IKFT) Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa, ada peningkatan permintaan masyarakat terhadap

barang-barang yang berkaitan dengan kesehatan, mulai dari jamu modern, suplemen kesehatan, aromatherapy dan rempah-rempah.

Potensi dari sumber daya alam Indonesia untuk obat herbal dapat dimanfaatkan sesegera mungkin untuk beradaptasi dengan permintaan pasar yang baru dan melakukan proses produksi sesuai dengan standar kesehatan yang digunakan saat ini. Sehingga produsen bisa melakukan proses produksi sesuai aturan Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB).

Penjualan produk herbal dunia mencapai angka 60 juta US dollar atau setara dengan Rp 870 triliun/tahun. Sedangkan potensi penjualan jamu dan obat herbal di pasar domestik masih ada di angka Rp 20 triliun dan ekspor Rp 16 triliun. Sehingga perlu peningkatan produksi jamu dan obat herbal bagi Indonesia untuk bisa bersaing di pasar global.

Hal ini menjadi tantangan bagi Indonesia untuk melaju di industri jamu dan obat herbal. Jika pertumbuhan ini berhasil ditingkatkan, maka akan tercipta pertumbuhan ekonomi yang besar dan mampu mensejahterakan pelaku industri kecil dan menengah.

Pengembangan Industri Obat Herbal. Untuk bersaing di kancah global, Indonesia perlu menghasilkan obat herbal yang bermutu dengan memberikan fasilitas ruang gerak terhadap peneliti tanaman obat berkhasiat. Hingga saat ini sudah banyak yang telah meneliti baik di institusi pendidikan seperti perguruan tinggi atau institusi peneliti lainnya. Hanya saja penelitian tersebut belum sampai tahap pengembangan hasil lebih lanjut, hal ini dikarenakan terbatasnya ruang gerak dalam melakukan pengembangan produk.

Langkah yang diambil Kementerian Perindustrian untuk permasalahan tersebut yaitu dengan mendorong pengembangan obat tradisional menjadi Obat Modern Asli Indonesia (OMAI) berupa Obat Herbal Terstandar (OHT) dan Fitofarmaka. Harapannya pada tahun 2024 sudah dapat memproduksi OHT, dan 2026 dapat memproduksi fitofarmaka.

Walaupun pada peraturannya, OMAI tidak bisa dijadikan obat rujukan di Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dan hanya dijadikan pelengkap obat kimia, kehadiran OMAI ini mampu memberikan banyak manfaat, mulai dari efek samping yang lebih kecil dibanding bahan kimia, bahannya relatif mudah ditemukan di dalam negeri, serta mampu menjadikan Indonesia lebih mandiri memproduksi obat sendiri.

Salah satu upaya yang telah dilakukan Badan POM untuk permasalahan pengembangan produk obat herbal tersebut adalah dengan diadakannya agenda

Bursa Hilirisasi Inovasi Herbal Indonesia. Diharapkan dengan adanya agenda seperti ini bisa mendorong para peneliti untuk lebih bersemangat dalam menggali kekayaan alam Indonesia khususnya kekayaan akan tanaman obat. Agenda seperti ini bisa menjadi panggung edukasi untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan generasi milenial.

Untuk aksi lebih lanjut lagi, Badan POM telah melakukan pendampingan penelitian uji klinik, mulai dari penyusunan protokol, diperolehnya pendanaan penelitian oleh Kementerian Riset dan Teknologi, sampai dengan pelaksanaan uji klinik yang dilakukan terhadap sistem manajemen mutu, fasilitas uji klinik, dokumen uji klinik, dan produk uji. Hasil dari pendampingan ini, di tahun 2019 Badan POM berhasil menjalankan 8 penelitian yang terdiri dari 5 uji praklinik dan 3 uji klinik, dan terdapat 19 riset obat herbal yang sedang didampingi Badan POM hingga mendapat izin edar untuk produknya.

Pengembangan penelitian terhadap tanaman dan bahan baku herbal perlu ditingkatkan lagi sehingga bisa dimanfaatkan oleh pelaku industri untuk mengembangkan produknya. Untuk mencapai kondisi ini, perlu adanya kerjasama dari semua pihak mulai dari balai penelitian, pengembangan milik pemerintah, perguruan tinggi, maupun pelaku industri. Kerjasama ini menjadi hal yang penting demi optimalisasi pengelolaan sumber daya alam Indonesia untuk obat herbal.

Dengan dukungan para pemangku kepentingan, Indonesia tentu bisa memaksimalkan diri sebagai eksportir obat herbal. Perkiraan penjualan jamu dan obat herbal nasional di Indonesia di tahun 2025 yaitu mencapai Rp 23 triliun per tahun.

Hal terpenting bagi para pelaku usaha untuk bisa masuk pasar internasional adalah mampu memenuhi standar CPOTB. Selain itu, pelaku usaha wajib memperhatikan beberapa hal jika ingin mengeksport produknya, mulai dari pemenuhan kualitas produk, kelengkapan izin produk, pengemasan sesuai standar, hingga antisipasi resiko.

Saat ini, sudah banyak pasar luar negeri yang menyambut produk obat herbal Indonesia, diantaranya yaitu Singapura, Jepang, Filipina, India, dan Thailand, dan pada tahun 2022, produk farmasi Indonesia baik ilmiah dan tradisional mencapai Rp 9,2 triliun.

Salah satu negara yang menyukai obat-obat herbal asal Indonesia adalah Nigeria, hal ini dapat dilihat dari 2016 hingga 2018 lalu, Nigeria mengimpor obat-obat herbal dan suplemen kesehatannya paling banyak dari Indonesia.

Jika pengusaha tidak mampu beradaptasi dengan peluang ini dan tidak mengikuti aturan CPOTB, maka para pelaku usaha akan kehilangan momentum dan dalam kurun waktu 5 tahun ke depan akan banyak yang runtuh. Oleh karena itu, perlu sesegera mungkin para pelaku industri obat herbal dan jamu melakukan terobosan untuk menjaga pasar.

Jika semua bisa dilakukan secara bertahap dan terencana, maka industri jamu dan obat herbal Indonesia berpotensi besar berada di jajaran produk-produk ekspor yang saat ini masih dikuasai oleh China, Korea Selatan dan India

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa usaha tanaman obat memiliki peluang yang menjanjikan dengan melihat strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha tanaman obat. Namun sebelum menentukan strategi, perlu diketahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha agar tidak mengalami kerugian. Oleh karena itulah, perlu dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan tanaman obat. Salah satu pengembangan tanaman obat ini bisa dimulai melalui tanaman obat keluarga (TOGA). Keadaan inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Obat Herbal di Minhajul Karomah (MK) PJBAN Banten.

Usaha obat herbal Minhajul Karomah adalah usaha baru di bidang obat herbal yang dipelopori oleh Paguron Jalak Banten Nusantara (PJBAN) di Pandeglang, Banten. Sebagai usaha baru, usaha ini terus mengalami perkembangan, hal ini didukung oleh banyaknya anggota PJBAN yang menjadi captive market bagi usaha obat herbal ini. Kualitas yang bagus dan nilai-nilai spiritual yang ada pada obat herbal ini menjadi kelebihan dari produk ini.

II. METODE PENELITIAN

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif-normatif, yaitu penelitian dengan data kualitatif serta didasarkan kepada norma-norma yang berlaku khususnya terkait dengan norma dalam Islam.[5] Metode penelitian kualitatif adalah sebuah cara atau metode penelitian yang lebih menekankan analisa atau deskriptif. Dalam sebuah proses penelitian kualitatif hal hal yang bersifat perspektif subjek lebih ditonjolkan dan andasan teori dimanfaatkan oleh peneliti sebagai pemandu, agar proses penelitian sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan ketika melakukan penelitian. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. Metode kualitatif lebih mengutamakan pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke subtansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan.

Perhatian ketika seorang peneliti melakukan penelitian dengan metode kualitatif akan lebih fokus tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena.[6]

Metode analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan keadaan internal dan eksternal usaha obat herbal Minhajul Karomah serta digunakan dalam penentuan alternatif strategi perusahaan. Observasi dan wawancara dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan usaha obat herbal Minhajul Karomah.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada usaha obat herbal Minhajul Karomah yang beralamatkan di Jln Raya Serang Km 3 Komplek Cigadung Indah Blok B No.06 RT 01/RW 05 Kel.Cigadung Kec.Karang Tanjung, Pandeglang Provinsi Banten.

Penentuan lokasi penelitian adalah secara sengaja (purposive), yaitu cara yang digunakan untuk memperoleh tujuan atau maksud tertentu. Pertimbangan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah adalah karena usaha tersebut merupakan produsen obat herbal yang berada di bawah Paguron Jalak Banten Nusantara sebagai wadah dakwah dan seni budaya.

Penelitian dilakukan kurang lebih selama satu bulan yaitu, pada pertengahan bulan Januari-Februari 2022.

c. Teknik Penentuan Sampel

Pemilihan responden pada penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive sampling) dengan mempertimbangkan responden tersebut paham mengenai strategi pemasaran obat herbal Minhajul Karomah dan besarnya peranan responden yang dipilih tersebut dalam kegiatan pemasaran kelompok usaha tersebut sehingga seluruh responden dianggap berkompeten dan mampu mewakili keseluruhan populasi.

Teknik penentuan responden dalam penelitian ini dengan memilih beberapa Key Informant dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Responden yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 4 orang yang ahli atau pakar dalam bidangnya yang berasal dari pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Responden dalam penelitian ini terdiri dari marketing manager, sales marketing, digital marketing, dan konsumen produk obat herbal Minhajul Karomah.

d. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Metode Pengumpulan Data Primer

Metode pengumpulan data primer diperoleh secara langsung dari lokasi yang akan dilakukan penelitian yaitu obat herbal Minhajul Karomah. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui data yang diperoleh secara langsung dari responden atau narasumber dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan melalui wawancara dengan marketing manager, sales marketing, dan digital marketing yang sudah mengerti tentang kegiatan pemasaran yang telah dilaksanakan oleh perusahaan serta konsumen yang pernah membeli produk obat herbal jamur Dewa.

Adapun data yang diambil peneliti dari kegiatan wawancara tersebut mengenai kegiatan internal dan eksternal perusahaan, kegiatan pemasaran yang telah

dilaksanakan serta prioritas strategi yang diinginkan perusahaan. Kegiatan observasi juga dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti tentang kebijakan perusahaan dalam kegiatan pemasaran obat herbal Minhajul Karomah. Dokumentasi dapat dilakukan dengan memotret keadaan yang terdapat pada lokasi penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mencari literatur yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran pada obat herbal Minhajul Karomah. Pengumpulan data sekunder ini digunakan untuk menunjang data primer dan melengkapi penulisan tugas akhir penelitian. Data sekunder yang di gunakan pada penelitian ini meliputi literatur-literatur berupa jurnal, makalah, dan hasil penelitian terdahulu. Adapun data yang diambil di obat herbal Minhajul Karomah seperti data profil perusahaan dan kegiatan pemasaran yang telah dilakukan.

e. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif, data yang telah diperoleh dalam penelitian akan diolah dan dianalisis sehingga dapat memberikan suatu sistem kerja yang jelas. Perumusan strategi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan metode SWOT.

Metode SWOT merupakan metode analisis dengan penggabungan dua alat analisis yakni SWOT (Strength, Weakness, Opportunity Threat). Analisis SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk menghasilkan alternatif strategi dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal perusahaan.

Analisis SWOT memiliki kelemahan dimana hasil yang diperoleh adalah berdasarkan persepsi dari seseorang dan tidak memilih strategi yang baik dari alternatif strategi yang dihasilkan pada matriks SWOT, maka digunakan alat analisis lain dalam pengukurannya untuk mengurangi subjektivitas dalam penilaian tersebut. Proses metode analisis SWOT dimulai dari perumusan dan penguraian masalah menjadi Komponen-Fokus SWOT, membangun struktur hierarki, melakukan perbandingan berpasangan antar komponen-komponen SWOT dan melakukan sintesa pendapat untuk memperoleh prioritas alternatif keputusan yang akan diambil atau dijalankan.

Strategi diperoleh pada analisis SWOT tersebut lebih lanjut dibobotkan dengan metode AHP sehingga dapat diperoleh strategi yang diprioritaskan untuk diambil. Tahap-tahap yang dilakukan dalam menggunakan metode SWOT adalah sebagai berikut:

1. Analisis SWOT.

Pada tahap ini mengidentifikasi terlebih dahulu faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk obat herbal Jamur Dewa dan dimasukkan dalam analisis SWOT. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam memasarkan produk Jamur Dewa. Analisis SWOT didasarkan pada logika berfikir untuk dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (opportunities), namun 42 secara bersamaan meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats) sehingga hasilnya dapat menjadi sebuah rekomendasi untuk mengambil keputusan.

Perbandingan berpasangan antara masing-masing faktor SWOT dilakukan dalam setiap kelompok SWOT. Ketika perbandingan yang dibuat, pertanyaan yang harus

dijawab adalah: dari dua faktor yang dibandingkan faktor mana yang memiliki dampak terhadap pemasaran yang lebih tinggi, apakah kekuatan, peluang, kelemahan atau ancaman. Matriks berpasangan diisi dengan skala banding berpasangan. Angka tersebut menunjukkan kepentingan relatif suatu elemen dibandingkan dengan elemen lainnya Tabel 4.

Nilai Skala Banding Berpasangan Sumber: Saaty, 1991 Perbandingan berpasangan dilakukan untuk melihat pengaruh pada setiap elemen yang relevan atas setiapKomponen SWOT yang berpengaruh yang berasal setingkat di atasnya. Perbandingan berpasangan dilakukan dengan Intensitas pentingnya Definisi Penjelasan 1 Kedua elemen sama pentingnya Dua elemen menyumbang sama besar pada sifat itu 3 Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya Pengalaman dan pertimbangan sedikit menyokong satu elemen atas elemen yang lainnya 5 Elemen yang satu sangat penting daripada elemen yang lainnya Pengalaman dan pertimbangan dengan kuat menyokong satu elemen atas elemenyang lainnya 7 Satu elemen jelas lebih penting daripada elemen yang lainnya Bukti yang menyokong elemen yang satu atas yang lainnya memiliki tingkat penegasan yang tertinggi yang mungkin menguatkan 9 Satu elemen mutlak lebih penting daripada elemen yang lainnya.

Bukti yang menyokong elemen yang satu atas yang lainnya memiliki tingkat penegasan yang tertinggi yang mungkin menguatkan 2, 4, 6, 8 Nilai-nilai diantara dua pertimbangan yang berdekatan Kompromi diperhatikan diantara dua pertimbangan Kebalikan Jika untuk aktivitas i mendapat satu angka dibandingkan dengan aktivitas j, maka j memiliki nilai kebalikannya bila dibandingkan dengan i 43 menghubungkan semua elemen setiap levelnya. Kemudian dilakukan pembobotan terhadapKomponen SWOT dengan perbandingan berpasangan dengan skala 1 sampai dengan 9. Dengan skala sembilan satuan, sesuai dengan berbagai pengalaman yang ada telah membuktikan bahwa skala tersebut dapat diterima dan mencerminkan derajat sampai mana seseorang mampu membedakan intensitas hubungan antar elemen yang sedang diuji.

Perbandingan berpasangan yang dibuat antara empat kelompok SWOT. Dari masing-masing kelompok untuk mewakili kelompok dipilih faktor dengan prioritas lokal tertinggi. Keempat faktor ini kemudian dibandingkan dan prioritas relatifnya dihitung seperti pada Langkah 2.

Hasil perhitungan faktor skala dari empat kelompok SWOT ini digunakan untuk menghitung prioritas global dari faktor independen dalam setiap kelompok. Hal ini dilakukan dengan mengalikan prioritas lokal faktor dengan nilai faktor skala yang sesuai dari kelompok SWOT. Jumlah prioritas global jika dijumlahkan bernilai satu. Menggunakan hasil dalam perumusan strategi dan proses evaluasi. Proses perencanaan strategis dihasilkan dalam bentuk nilai-nilai numerik untuk faktor. Hal tersebut digunakan untuk mengatur target baru, mendefinisikan dan pelaksanaan strategi dengan mempertimbangkan faktor berdasarkan yang paling penting. Pada tahap ini dilakukan perumusan strategi dengan analisis SWOT.

Analisis ini menghasilkan 4 (empat) kemungkinan alternatif dari suatu strategi, yaitu :

- 1) Strategi SO, strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

- 2) Strategi ST, strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang mungkin timbul.
- 3) Strategi WO, strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT, strategi ini didasari pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Menghubungkan masing-masing alternatif strategi yang didapatkan dari analisis SWOT dengan perbandingan berpasangan sehingga akan didapatkan nilai 44 skala prioritas.

Berdasarkan peringkat nilai tersebut akan didapatkan prioritas strategi yang akan dijalankan. Setelah itu, pada tahap selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap konsistensi untuk seluruh hierarki dengan mengalikan setiap indeks konsistensi dengan prioritas Komponen SWOT yang bersangkutan dan menjumlahkan hasil kalinya. Hasil ini dibagi dengan pertanyaan sejenis yang menggunakan indeks konsistensi acak yang sesuai dengan dimensi masing-masing matriks.

Menggunakan cara yang sama setiap indeks konsistensi acak juga dibobot berdasarkan prioritas Komponen SWOT yang bersangkutan dan menjumlahkan hasilnya. Konsistensi menyeluruh diukur dengan AHP dari berbagai pertimbangan melalui suatu rasio konsistensi (CR) dari indeks konsistensi (CI) dengan nilai yang tepat. CI dirumuskan sebagai berikut: $CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$ Dimana n menyatakan jumlah Komponen SWOT yang dibandingkan dan λ_{max} adalah nilai eigen (eigen value) yang paling besar dari matriks perbandingan berpasangan orde n .

Jika CI nilainya 0 maka keputusan penilaian tersebut bersifat perfectly consistent dimana λ_{max} sama jumlahnya sama dengan Komponen SWOT yang diperbandingkan yaitu n . Semakin tinggi nilai CI maka semakin rendah tingkat konsistensi dari keputusan perbandingan yang telah dilakukan. Baik atau tidaknya nilai CI dapat diketahui dengan perhitungan CR. Nilai rasio dianggap baik bila CR tidak lebih 0,1. Jika lebih dari itu, maka informasi itu harus diperbaiki dengan cara peninjauan ulang persoalan yang tidak terstruktur secara tepat Rasio konsistensi (CR/Consistency Ratio) dirumuskan sebagai perbandingan antara Consistency Index (CI) dan Random Index (RI) dengan rumus sebagai berikut: $CR = \frac{CI}{RI}$ Nilai RI untuk beberapa nilai n diberikan dalam berikut bisa di lihat pada Tabel 3. Kemudian, pada tahap penyusunan hierarki dimulai dari persoalan yang akan diselesaikan dan jabarkan menjadi empat level.

Keempat level tersebut yaitu: a. Level 1 merupakan tujuan yang ingin dicapai yaitu pemasaran produk Jamur Dewa 45 b. Level 2 merupakan faktor-faktor yang diidentifikasi dalam analisis lingkungan internal dan eksternal yaitu bauran pemasaran 4P (Product, Place, Promotion, Price). c. Level 3 merupakan faktor-faktor yang telah diidentifikasi dari masing-masing komponen SWOT yang dijabarkan dalam Strength, Weakness, Opportunity, Threat. d. Level 4 adalah alternatif strategi yang akan dievaluasi dan dibandingkan sehingga diperoleh prioritas strategi yang akan dijalankan.

III. PEMBAHASAN

a. Strategi Pengembangan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah

Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah memiliki strategi-strategi dalam mengembangkan usahanya, semua itu dilihat dari tingkat penjualan yang terus meningkat. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dengan perjalanan usaha Obat Herbal Minhajul Karomah sampai saat ini, khususnya pendiri dari usaha ini yaitu Ibu Ratu sebagai pengurus PJB. Adapun strateginya yaitu sebagai berikut:

1. Menambah Varian Produk

Produksi mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa. Aktivitas produksi yaitu menambah kegunaan suatu barang, hal ini bisa direalisasikan apabila kegunaan suatu barang bertambah, baik dengan cara memberikan manfaat yang benar-benar baru maupun manfaat yang melebihi manfaat yang ada sebelumnya. Al Ghazali dalam Ika Yunia Fauzia menyebutkan bahwa produksi adalah pengerahan secara maksimal sumber daya alam (raw material) oleh sumber daya manusia, agar menjadi barang yang bermanfaat bagi manusia.[7]

Memproduksi dan mengolah produk dibutuhkan suatu pengaturan yang baik, berupa suatu organisasi, ataupun suatu manajemen yang bisa menerbitkan, mengatur, merencanakan dan mengevaluasi segala kinerja yang akan dan telah dihasilkan oleh masing-masing divisi. Produk merupakan leseluruhan konsep obyek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat bagi pelanggan.[8]

Pada praktik usahanya Obat Herbal Minhajul Karomah dari sisi pengolahan produk sudah mengalami perkembangan yang awalnya hanya memproduksi madu sekarang ia mampu memproduksi obat herbal lainnya yang beranekaragam.

Dalam pengolahan Obat Herbal Minhajul Karomah sangat menjaga kualitas dan kebersihan peralatan dalam pengemasannya. Sedangkan dari sisi katalog produk Obat Herbal Minhajul Karomah mengelompokkan produk-produk terlaris, selain itu Obat Herbal Minhajul Karomah menampilkan gambar produk terlaris pada bagian depan katalog produk. Hal ini menunjukkan Obat Herbal Minhajul Karomah sudah berkembang dan sudah menerapkan strategi dalam pengolahan produknya.

2. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia merupakan salah satu proses pemerdayaan baik itu dari segi perekonomian maupun dari segi kemampuan yang dimiliki. Salah satu upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah melalui pelatihan karyawan. Pelatihan tersebut antara lain:

- 1) Pelatihan-pelatihan untuk melaksanakan program-program baru
- 2) Pelatihan untuk menggunakan alat-alat atau fasilitas-fasilitas baru
- 3) Pengenalan proses atau prosedur kerja yang baru
- 4) Pelatihan bagi para pegawai yang menduduki tugas-tugas baru
- 5) Pelatihan bagi pegawai baru dan sebagainya.[9]

Pengembangan sumber daya manusia memiliki cara dan arti yang luas, pengembangan ini bisa melalui pendidikan, pelatihan, dan pembinaan. Ada dua jenis pengembangan, yaitu[10]:

- a) Pengembangan formal

Sistem ini mengacu pada pengembangan para karyawan yang diberikan suatu tugas perusahaan untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan ini ada yang bersifat dari perusahaan tempat kerja maupun pendidikan dan latihan yang diselenggarakan oleh pihak lain. Pengembangan ini dilakukan untuk mengantisipasi kebutuhan pekerjaan pada saat ini maupun pada waktu mendatang.

b) Pengembangan informal

Sistem ini mengacu pada inisiatif karyawan yang ingin mengikuti pelatihan dan pengembangan dirinya. Hal ini bisa dilakukan dengan mempelajari modul, buku sumber-sumber untuk bisa mempelajari korelasi antara pengembangan pribadi dengan pekerjaan atau posisinya.

Pengembangan secara informal ini menjelaskan bahwa karyawan memiliki inisiatif dan keinginan yang besar untuk mengingatkan mutu serta kualitas dalam bekerja.

Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah mengadakan pelatihan dengan model in house training dengan mendatangkan mentor yang ahli di dalam bidangnya untuk melatih mental dan mensupport mereka. Tidak hanya itu pemilik juga tetap memberikan pelatihan dengan cara mencontohkan bagaimana cara pelayanan dan penyajian yang baik ditempat kerja.

Pengembangan formal juga dilakukan oleh Obat Herbal Minhajul Karomah yaitu dengan mengajarkan bahasa inggris karena pabrik juga sering dikunjungi oleh orang asing. Pada tahun 2018 Obat Herbal Minhajul Karomah juga mengirim beberapa karyawan ke luar Daerah untuk melakukan study banding dengan beberapa rumah makan yang terkenal dan bertemu dengan beberapa mentor. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada karyawan demi mengembangkan usahanya.

3. Memberikan Kualitas Pelayanan yang Tinggi

Kepuasan konsumen tidak hanya diperoleh pada saat mendapatkan suatu produk yang dibelinya, tetapi pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan pelanggan bila dilakukan secara efektif dapat menimbulkan perubahan yang signifikan dalam menciptakan permintaan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan.[11]

Customer care juga sering disebut juga sebagai meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan yang artinya proses pemberian layanan yang berkualitas tinggi, baik secara internal maupun eksternal yang hasilnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.[12]

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh banyak manfaat, diantaranya:

- 1) Reputasi perusahaan akan semakin meningkat dimata pelanggan atau masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya kesetiaan pelanggan.
- 2) Hubungan perusahaan dan pelanggan semakin baik. Itu dapat mendorong setiap individu didalam perusahaan supaya bekerja dengan bersungguh-sungguh.
- 3) Memiliki banyak pelanggan setia berarti pelanggan tersebut semakin mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk

mempromosikan pengalaman baiknya pada waktu berhubungan dengan perusahaan kepada orang lain.

Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah terus mencoba meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti yang dilakukan saat ini yaitu menugaskan dua orang karyawan sebagai penyambut tamu ketika masuk dengan mengucapkan salam yang kemudian dilayani dengan sepenuh hati dan senyuman.

Selain itu Obat Herbal Minhajul Karomah menyediakan beberapa fasilitas umum kamar mandi dan mushala untuk memudahkan pelanggan jika hendak akan melakukan shalat. Dalam menerima saran dan Obat Herbal Minhajul Karomah menyediakan kotak saran kecil, hal itu dilakukan untuk mengukur sampai mana tingkat pelayanan yang diberikan dan pelayanan yang seperti apa yang pelanggan inginkan. Hal ini menunjukkan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah sudah menggunakan strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam mengembangkan usahanya.

4. Menggunakan konsep penjualan baru

Menggunakan konsep penjualan yang baru merupakan bagian yang penting dalam mengembangkan usaha, karena ketika dengan konsep pertama tidak berkembang dengan baik maka diganti dengan konsep kedua menarik minat konsumen. Di zaman millennial ini tidak sedikit orang yang memanfaatkan teknologi dalam berjualan, salah satunya adalah yang dilakukan oleh usaha Obat Herbal Minhajul Karomah, selain membuka beberapa distributor dan layanan jarak jauh.

Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah juga melakukan penjualan langsung menggunakan mobil box yang biasanya pada hari ahad berada di pusat kota dan di hari lain berada di Jalan pusat keramaian. Selain itu, usaha Obat Herbal Minhajul Karomah juga menerima pesanan melalui online dan menerima jasa konsultasi. Konsep seperti ini dilakukan agar usaha Obat Herbal Minhajul Karomah lebih dekat dengan konsumen dan sebagai daya tarik konsumen untuk dapat mendapatkan manfaat dari produknya.

Tidak hanya sampai di sana, usaha Obat Herbal Minhajul Karomah juga memiliki tiga cabang di lokasi yang berbeda-beda dengan konsep yang berbeda-beda pula, cabang pertama berada di Serang yang menggunakan konsep pusat herbal, cabang kedua berada di Tangerang dengan konsep rumah sehat, dan cabang ketiga yang lokasinya berada di Bogor sekaligus sebagai pengurus cabang PJBK.

Tujuan dari pemilik usaha Obat Herbal Minhajul Karomah menciptakan produk yang berbeda-beda adalah untuk membuat ketertarikan konsumen, selain itu dari ketiga konsep ini dijadikan sebagai sampel, konsep manakah yang lebih menarik minat pelanggan dan yang lebih dikembangkan lagi kedepannya nanti. Semua ini menunjukkan bahwa usaha Obat Herbal Minhajul Karomah menggunakan strategi penjualan baru dalam mengembangkan usaha yang dijalanakannya.

4.3. Strategi Pengembangan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah, Paguron Jalak Banten Nusantara dalam Ekonomi Syariah.

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Sebagaimana dikutip oleh Mardani "Hukum Bisnis

Syariah” menurut Dr. Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar.

Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja (Mardani, 2014). Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf: 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَلِيُؤْفِقَهُمْ أَعْمَلُهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan

melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqah.[13]

a. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

b. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT)

c. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindari dari resiko.

d. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua

manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (future market), dan bahkan dengan kompetitornya.

e. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51): 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”.²⁶

Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta’ala), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia

akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

f. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq,

dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita.²⁷ Sebagaimana Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 261

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui”.

Ada beberapa hal dalam pengembangan usaha secara syariah, diantaranya adalah:

- Bangun motivasi dan bulatkan tekad.
- Perkuat tawakal kepada Allah.

Allah berfirman dalam QS. Ali Imran (3): 159:

فَمَا رَحْمَةٌ مِنْ اللَّهِ لَكُمْ إِذْ كُنْتُمْ فَظًا غَلِيظَ الْقُلُوبِ لَنْ نُنْفِذُوا مِنْ حَوْلِكَ فَتَأَعَفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.²⁹

- Saat merintis usaha, jangan memaksakan diri untuk berbisnis sesuai gambaran ideal yang anda miliki.
- Pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat.
- Tentukan diferensiasi produk.
- Pilih fokus dan bekerjalah secara fokus.
- Carilah teman atau partner.
- Perkuat kesabaran, ketaqwaan, dan tawakal.

Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 153:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.³⁰

i. Berbuat baiklah dan tinggalkan maksiat.

Allah berfirman dalam QS. Al-Lail (92): 4-7:

إِنَّ سَعْيَكُمْ لَشَتَّىٰ فَمَا مَنَ أُعْطِيَ وَاتَّقَىٰ وَصَدَّقَ بِالْحُسْنَىٰ فَسَنُيَسِّرُهُ لِلْيُسْرَىٰ

Sesungguhnya usaha kamu memang berbeda-beda. Adapun orang yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa. Dan membenarkan adanya pahala yang terbaik (syurga). Maka Kami kelak akan menyiapkan baginya jalan yang mudah”.

Firman Allah Ta’ala dalam QS. Thaha (20): 124:

وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ الْقِيَمَةِ أَعْمَىٰ

“Dan Barangsiapa berpaling dari peringatan-Ku, Maka Sesungguhnya baginya penghidupan yang sempit, dan Kami akan menghimpunkannya pada hari kiamat dalam Keadaan buta”.

b. Analisis Hambatan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah

Dalam mengembangkan suatu usaha selalu ada jatuh bangun sehingga suatu usaha akan dikatakan sukses ketika bisa melewati beberapa kendala yang dihadapinya. Seperti yang dihadapi oleh Obat Herbal Minhajul Karomah ada beberapa hambatan yang di alami sehingga perkembangannya bisa bisa dikatakan 100% berhasil.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Obat Herbal Minhajul Karomah dalam mengembangkan usahanya adalah sebagai berikut:

Pertama, Kurangnya Manajemen Operasional. Kurangnya manajemen operasional dalam usaha bisa mengakibatkan tidak berkembangnya usaha tersebut karena manajemen operasional menjadi bagian penting yaitu sebagai penggerak sebuah usaha. Begitupun hambatan terbesar yang dihadapi oleh Obat Herbal Minhajul Karomah adalah kurangnya manajemen operasioanal oleh sebab itu semua tidak tersusun dengan baik dan rapi, mulai dari struktur kepengurusan, sumber daya manusia sampai bahan bakunya masih berjalan dengan sendirinya, hal tersebut dikarenakan Obat Herbal Minhajul Karomah dulu dibangun dengan sistem kekeluargaan yang semua hal melibatkan keluarga. Jadi, manajemen operasional tidak dianggap terlalu penting. Dengan adanya anggapan seperti itu besar kemungkinan menjadi salah satu pemicu tidak berkembangnya Obat Herbal Minhajul Karomah tersebut.

Kedua, Rendahnya Sumber Daya Manusia. Kebutuhan atau permintaan akan sumber daya manusia oleh suatu organisasi adalah merupakan ramalan kebutuhan organisasi itu untuk waktu yang akan datang. Ramalan kebutuhan akan sumber daya ini bukan sekadar kuantitas atau jumlah saja namun juga menyangkut soal kualitas. Kualitas sumber daya manusia yang rendah adalah salah satu penghambat dalam mengembangkan suatu organisasi terutama dalam mengembangkan Obat Herbal Minhajul Karomah karena semkain tinggi kualitas sumber daya manusia pada suatu organisasi, maka akan semakin baik pula proses perkembangan itu sendiri. Begitupun pada Obat Herbal Minhajul Karomah dalam melakukan pengembangan masih mengalami hambatan pada kualitas sumber daya manusia yang rendah. Dengan kualitas sumber daya manusia yang rendah tersebut, kebiasaan-kebiasaan buruk akan menjadi pemicu terhambatnya proses pengembangan Obat Herbal Minhajul Karomah seperti kebiasaan buruk yang

menyebabkan datang terlambat, tidak bisa fokus dalam bekerja, dan lain sebagainya.

Ketiga, Tekanan dari Luar (Pesaing). Persaingan pasar menjadi beban bagi siapapun yang menjalankan usaha, baik itu usaha baru maupun usaha lama, berbagai tantangan dan persaingan pasar turut mewarnai perkembangan sebuah usaha. Dalam menjalankan bisnis adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru. Baik usaha yang memang memiliki peluang besar cukup bagus ataupun peluang usaha yang pasarnya tidak terlalu bagus. Mereka yang mampu bersaing ditengah pertumbuhan bisnis yang cukup mainstream, tentu punya strategi yang tidak bisa dianggap remeh.

Maraknya pertumbuhan usaha saat ini ternyata berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat, keadaan ini tentu memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai macam cara dalam strategi pengembangan usahanya sehingga bisa berkembang dan bertahan ditengah persaingan pasar yang semakin ramai.

Dalam era persaingan usaha yang semakin ketat sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pengembangan usaha dan strategi pemasaran yang dijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Hambatan yang dirasa oleh pemilik.

Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah juga yaitu tingkat persaingan yang ketat dalam bidang kuliner terlebih lagi pesaing-pesaingnya memiliki sarana dan prasarana yang lebih baik, karena seperti yang kita ketahui pelanggan akan memilih lokasi yang sarana dan prasarana lebih bagus dan lengkap dan hal itu yang belum dimiliki oleh Obat Herbal Minhajul Karomah itu sendiri dalam menyingkirkan pesaingnya.

c. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah

Usaha obat herbal Minhajul Karomah baru berjalan lebih kurang 5 tahu, namun perkembangannya cukup signifikan. Berikut adalah analisisnya:

Kekuatan (Strengths)

Kekuatan dari Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah adalah karena usaha ini menjadi bagian dari Paguron Jalak Banten Nusantara (PJBN) yang memiliki anggota ribuan orang. Ini tentu menjadi captive market yang sangat besar untuk pemasaran obat herbal. Apalagi karisma dari Abah Sangadiah sebagai ketua sangat kuat sehingga menjadi pelatung besar.

Selain itu juga tren dari penggunaan obat herbal yang terus meningkat bahkan akan mencapai puncaknya di tahun 2030-an. Sehingga ini menjadi peluang emas untuk memproduksi obat herbal yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat tidak hanya di Indonesia tetapi juga di dunia.

Pengalaman dari peracik sendiri telah berhasil membuat ramuan obat herbal untuk penderita Covid-19 ketika wabah ini terjadi. Ini tentu adalah kekuatan yang sangat luar biasa. Ditambah lagi ramuan yang dibuat juga ditambah dengan bacaan do'a dan wirid yang semakin menjadikan obat herbal ini semakin mujarab.

Peluang (opportunities)

Peluang yang dimiliki oleh Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah sangat terbuka luas khususnya terkait dengan pasar yang sudah ada ataupun pasar yang terbuka untuk industri obat herbal. Kesadaran masyarakat terhadap obat herbal saat ini semakin meningkat hingga permintaan akan obat herbal juga terus meningkat.

Belum banyaknya produsen obat herbal di level nasional menjadi peluang besar bagi Minhajul Karomah untuk menjadi produsen obat herbal tingkat nasional. Bahkan terbuka peluang untuk ekspor ke manca begara.

Kelemahan (Weaknesses)

Salah satu dari kelemahan Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah adalah usaha yang masih belum lama berjalan, sehingga memerlukan waktu lebih lama untuk bisa stabil baik dari sisi kualitas obat herbal ataupun manajemennya. Kelemahan lainnya adalah sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas sehingga ke depan harus dilakukan perekrutan SDM agar mampu meningkatkan jumlah produksinya.

Permasalahan bahan baku juga menjadi masalah, di mana bahan baku yang diperlukan saat ini terkadang tidak ada di pasaran sehingga menyulitkan dalam proses produksi. Sementara untuk marketing juga belum berjalan secara optimal sehingga ke depan harus dilakukan upaya yang lebih intensif dalam memasarkan produk ini.

Ancaman (Threats)

Ada beberapa ancaman bagi Usaha Obat Herbal Minhajul Karomah khususnya terkait dengan produsen lain yang lebih besar baik dari sisi modal ataupun lamanya berbisnis dalam bidang ini. Demikian pula pengusaha herbal yang berasal dari luar negeri juga mulai melakukan penetrasi pasar di Indonesia, sehingga menjadi ancaman serius bagi produsen obat herbal di Indonesia.

Kebijakan perizinan yang masih susah terkadang menjadi ancaman juga khususnya bagi distribusi obat herbal di Indonesia.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha obat herbal Minhajul Karomah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Strategi yang dilakukan dalam usaha obat herbal Minhajul Karomah, Paguron Jalak Banten Nusantara sangat banyak sekali, diantaranya adalah; pertama, melalui penambahan varian produk serta pengembangannya untuk mengobati berbagai penyakit yang ada di masyarakat. Kedua, meningkatkan kualitas SDM khususnya karyawannya. Ketiga, memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui kemudahan komunikasi dan customer care. Keempat, melakukan inovasi penjualan melalui media online seperti media sosial.
- b. Strategi pengembangan usaha obat herbal Minhajul Karomah, Paguron Jalak Banten Nusantara dalam ekonomi syariah adalah bahwa strategi yang

dilaksanakan secara umum tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah. Adapun secara lebih rinci adalah; produk yang dikembangkan adalah halal dengan sertifikasi dari lembaga halal di Indonesia. Pengelolaan SDM menggunakan sistem HRD Syariah yang menjadikan karyawan semakin puas dengan manajemen. Sistem layanan islami dengan ucapan salam dan karyawan yang selaras dengan nilai-nilai syariah. Terakhir melaksanakan Islamic digital marketing yaitu sistem marketing digital yang tetap sesuai dengan syariah

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Suryanto and D. Setiawan, "Struktur data datawarehouse tanaman obat indonesia dan hasil penelitian obat tradisional," *SESINDO 2013*, vol. 2013, 2013.
- [2] M. K. Ahmid, A. F. Soraya, N. N. N. Akmalia, S. S. Maulidia, and M. I. Utama, "Penerapan Teknologi Foil Sachet Sealer untuk Kemasan Jamu UMKM P4S Sari Bumi Herbal".
- [3] H. Idris, "Back to nature: Memanfaatkan tanaman obat keluarga (TOGA)." Unstri Press, 2019.
- [4] Z. Salim and E. Munadi, "TANAMAN OBAT".
- [5] A. Misno and A. Rifai, *Metode Penelitian Muamalah*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- [6] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- [7] I. Y. Fauzi and A. K. Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid Al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana, 2014.
- [8] R. Triratnasari and others, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Kasus*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- [9] S. Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998.
- [10] H. Riwati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UB Press, 2016.
- [11] S. P. Siagian, "Fungsi-fungsi manajerial," 2005.
- [12] F. Rangkuti, *Customer Care Excellence*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- [13] M. Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss, 2011.