

**ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN  
KELOR (STUDY PADA PT KELOR ORGANIK INDONESIA  
KELURAHAN TIPO KECAMATAN ULUJADI KOTA PALU)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*

*Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh :

**ANAZILA**  
**NIM. 20.5.12.0056**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU**

**2024**

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 22 April 2024 M

13 Syawal 1445 H

Penulis



Anazila

20.5.12.0056

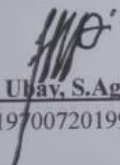
### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi Pada PT Kelor Organik Indonesia, Tipe, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu)” oleh ANAZILA, NIM 20.5.12.0056, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Setelah meneliti dengan seksama dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diseminarkan


Palu, 22 April 2024 M

13 Syawal 1445 H

Pembimbing I

  
Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I  
NIP:197007201999031003

Pembimbing II

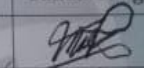
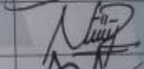



  
Ferdiawan, S.Pd., M.Pd  
NIP:198904122023211039

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Anazila NIM. 20.5.12.0056 dengan judul “Analisis Swot dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi pada PT KOI Kelurahan Tipo Kecamatan Ulujadi Kota Palu)”, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 02 Mei 2024 M yang bertepatan dengan tanggal 23 Syawal 1445 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

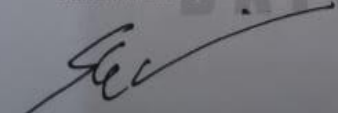
Palu 05 Mei 2024 M  
25 Syawal 1445 H

## DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag	
Munaqisy 1	Nur Wanita, S.Pd., M.Pd	
Munaqisy 2	Abdul Jalil, M.M	
Pembimbing1	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Pembimbing 2	Ferdiawan, S.Pd., M.Pd	

Mengetahui :

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I  
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua  
Jurusan Ekonomi Syariah



Nur Svamsu, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19860507 201503 1 002

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt, Karena berkat Rahmat dan hidayah -Nya jualah, Skripsi ini dapat diselenggarakan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Sholawat dan salam Penulis persembahkan kepada nabi besar Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah swt, atas kesyukuran telah selesainya Skripsi ini.
2. Kedua orang tua Penulis yaitu Arman dan Hanija yang telah mendukung penuh, membesarkan, mendidik, dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang Pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Semoga allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan Rahmat -Nya. Aamiin.
3. Bapak Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M.Ag. selaku rektor universitas Islam negeri (UIN) datokarama palu. Bapak Dr. Hamka, S.Ag., M.Ag Selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Hamlan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Faisal Attamimi, S.Ag, M.Fil. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama beserta jajarannya, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
4. Bapak Dr. Sagir M. Amin M.Pd.i, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Syakir Sofyan, S.EI, M.EI. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.EI., M.EI, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Malkan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
5. Bapak Nur Syamsu, S.HI., M.SI, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta Sekertaris Jurusan Ibu Dewi Salmita, S.Ak., M.Ak yang telah banyak

- mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
6. Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.El., M.El selaku dosen penasehat akademik yang selama ini telah memotivasi, membimbing, dan memberikan segalanya dalam hal akademik, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua program studinya dengan baik dan lancar.
  7. Bapak Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I Selaku dosen pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan, saran, masukan dalam penulisan proposal skripsi ini, serta Bapak Ferdiawan, S.Pd.,M.Pd Selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan, Saran, dan Masukannya.
  8. Bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, universitas islam negeri (UIN) palu. universitas islam negeri (UIN) palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
  9. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
  10. semua teman-teman dan sahabatku di ESY 2 angkatan 2020 yang memberikan motivasi dan dorongan dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian ini, penulis ucapkan beribu-ribu terimakasih.
  11. Dan kepada teman-teman maupun kakak-kakak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Palu, 22, April, 2024

13 Syawal 1445 H

Penulis

ANAZILA

Nim.. 20.5.12.0056

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN Sampul</b> .....	
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Penegasan Istillah.....	7
F. Garis-Garis Besar Isi.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	13
1. Analisis SWOT .....	13
a. Pengertian Analisis SWOT .....	13
b. Faktor – Faktor Analisis SWOT.....	14
2. Pengembangan Produk.....	18
3. Produk Olahan Kelor .....	19
A. Pengertian Produk .....	19
a. Definisi Sempit.....	20
b. Definisi Luas .....	20
B. Pengertian Kualitas Produk.....	22
C. Dimensi Kualitas Produk .....	22

D. Produk Olahan Kelor .....	23
a. Pengertian Tanaman Kelor .....	23
b. Kandungan Senyawa Daun Kelor .....	23
c. Manfaat Daun Kelor.....	23
d. Kerangka Pemikiran.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Pendekatan dan Desain Penelitian .....	24
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Kehadiran Peneliti.....	26
D. Data dan Sumber Data .....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
1. Teknis Observasi .....	27
2. Teknis Wawancara ( <i>Interviu</i> ) .....	27
3. Teknik Dokumentasi .....	28
F. Teknik Analisis Data .....	28
1. Reduksi Data .....	28
2. Penyajian Data .....	29
3. Verifikasi Data.....	29
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	29
1. Uji Kreadibilitas .....	29
2. Uji <i>Transferability</i> .....	30
3. Uji <i>dependability</i> .....	30
4. Uji <i>Confirmability</i> .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum PT KOI (Perusahaan Terbuka Kelor Organik Indonesia)	
B. Hasil dan Pembahasan	
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan	
B. Saran	



**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR GAMBAR**

- Tabel 2.2** :Kerangka Pemikiran
- Tabel 4.1** :Struktur Organisasi PT Kelor Organik Indonesia
- Tabel 4.4** :Brosur PT Kelor Organik Indonesia

## **DAFTAR TABEL**

- Tabel 1.1** :Kandungan Daun Segar dan Daun Kering
- Tabel 1.2** :Daftar Produk Olahan Kelor
- Tabel 1.3** :Daftar Data Usaha Kelor Di Kota Palu
- Tabel 2.1** :Penelitian Terdahulu
- Tabel 4.1** :Jenis Produk PT KOI
- Tabel 4.2** :Jumlah Penjualan PT KOI

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1** : Lembar Pengajuan Judul
- Lampiran 2** : Surat Keputusan Penetapan Pembimbing
- Lampiran 3** : Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 4** : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 5** :Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6** :Pedoman Wawancara
- Lampiran 7** :Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 8** : Dokumentasi PT KOI
- Lampiran 9** :Daftar Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**Nama :Anazila**

**Nim :205120056**

**Judul :Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi Pada PT Kelor Organik Indonesia Kelurahan Tipo Kecamatan Ulujadi Kota Palu)**

---

Skripsi ini membahas tentang “**Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi Pada PT Kkelor Organik Indonesia Kelurahan Tipo Kecamatan Ulujadi Kota Palu)**” Adapun latar belakang dari penelitian ini yaitu bahwa bisnis kelor sendiri telah menjadi tren bisnis baru di Indonesia. Dengan reputasinya yang sudah dipercaya sejak bertahun-tahun silam, daun kelor juga dipercaya mempunyai segudang manfaat. Dan Kelor juga dipercaya termasuk salah satu diantara delapan mega *superfood* (pangan super). Kelor sebagai *superfood* diartikan sebagai pangan fungsional yang bergizi tinggi dan kaya fitokimia yang bermanfaat bagi tubuh dan Kesehatan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Kelor Organik Indonesia mengalami pengembangan produk yang bisa dikatakan begitu pesat yang awalnya PT Kelor Organik Indonesia hanya memproduksi di bagian pangan saja, kini PT Kelor Organik Indonesia juga sudah memproduksi di bagian obat herbal tradisional, unit kosmetik dan skincare , dan juga membuka pusat pembelajaran dan kemitraan

budidaya kelor. Karna Kelor sendiri sudah dipercaya memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan dan juga untuk kecantikan, sehingga dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia bisa mempermudah Masyarakat khususnya Masyarakat kota Palu untuk merasakan manfaat dari produk olahan kelor sendiri.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### *A. Latar Belakang*

Tanaman kelor adalah tanaman yang bisa tumbuh dengan cepat, berumur Panjang, berbunga sepanjang tahun dan tahan dengan kondisi panas. Daun kelor sendiri memiliki ciri berupa: majemuk, bertangkai Panjang, tersusun berseling, beranak daun gasal (*imparipinnatus*), helai daun saat muda berwarna hijau muda. Penelitian terhadap tanaman kelor mulai dari daun, kulit batang, buah sampai bijinya, sejak awal tahun 1980-an telah dimulai.

Di Indonesia kelor memiliki nama lain, diantaranya kelor Jawa, Sunda, Bali, Lampung, *kilor* (Lampung), *murong* (Aceh), *munggai* (Sumatera Barat), *kerol* (Buru), *marangghi* (Madura), *molting* (Flores), *kelo* (Ternate, Tidore), *ongge* (Bima), *hau fo* (Timur), berdasarkan uji fitokimia pada daun kelor adalah positif mengandung flavonoid. setiap bagian tanaman kelor memiliki kandungan kimia yang bervariasi, daun dan biji serta bunga tanaman ini banyak digunakan sebagai bahan untuk pangan fungsional (*food fortificant*) dalam pembuatan roti, biskuit, yoghurt, keju atau sup. Daun kelor kaya akan mineral, vitamin dan kandungan fitokimia. Ekstrak daun kelor banyak digunakan dalam banyak percobaan dibidang malnutrisi, memperlancar asi. Juga berpotensi sebagai antioksidan, anti kanker, anti *inflammatory*, anti diabet dan anti mikroba.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Gugun Mangesa, Harnida Wahyuni Adda, dan Betty Betty "Management Departement, Faculty of Economics and Business, Tadulako University, jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 3, No 2 juni 2023

Daun kelor sendiri juga sangat bermanfaat bagi Kesehatan, seperti pengobatan penyakit *bronchitis* dan gangguan pernafasan juga mampu mengobati penyakit diabetes, hepatitis, jantung, kolestrol, gizi buruk, mata minus, plus, dan slinder serta dapat memaksimalkan investasi produktif di berbagai sector ekonomi.

Di daerah Aceh, Tanaman kelor yang juga disebut “*murong*” oleh masyarakat setempat, telah menjadi bahan makanan sehari-hari dan bahkan menjadi tanaman hiasan di teras-teras rumah. Tanaman kelor yang banyak tumbuh di aceh memiliki potensi untuk dikembangkan dan dijadikan sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Beberapa masyarakat aceh, terutama yang di Aceh Utara, telah mulai mengelola tanaman kelor menjadi produk yang telah bernilai ekonomi.<sup>2</sup>

Kandungan yang ada dalam produk olahan kelor juga dijelaskan terdapat kalsium daun kelor 8,79 kali lebih banyak dalam bentuk *bioavailable*, sedangkan untuk kandungan kromium daun kelor sampai 25 kali lebih banyak dalam bentuk *bioavailable* dan untuk kandungan<sup>3</sup> Lembaga-nya 1,85 lebih banyak yang disimpan dalam hati, kandungan besi-nya 1,77 kali lebih banyak yang diserap ke dalam darah. Kandungan mangan-nya 1,63 kali lebih banyak<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Mulyana, Faisol Fitroh; Suharso, Pudjo; Sukidin *Strategi Pengembangan Olahan Daun Kelor Rumah Marronggih Di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember* Vol 16, Jurnal Ilmiah Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Islam April 2022

<sup>3</sup> Gugun Mangesa, Wahyuni Adda, dan Betty Betty, jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 3, No 2 Juni 2023 Ainur Ridha Roheim-1-62

<sup>4</sup> Gugun Mangesa, Harnida Wahyuni Adda, dan Betty Betty “Management Departement, Faculty of Economics and Business, Tadulako University, jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 3, No 2 juni 2023



Disimpan dalam hati, kandungan sileniumnya sampai 17,60 kali efek antioksidan. Kandungan zinc-nya 6,46 kali lebih diserap kedalam darah dan memiliki 46 antioksidan yang kuat alami. Memiliki 36 senyawa anti-inflamasi alami, memiliki 18 asam amino (8 diantaranya merupakan asam amino esensial).<sup>5</sup>

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa daun kelor memiliki begitu banyak jenis kandungan yang sangat bermanfaat untuk kesehatan tubuh manusia, Berikut kandungan-kandungan yang ada pada daun kelor segar dan juga daun kelor kering.

**Tabel 1.1 kandungan daun segar dan daun kering**

<b>Komponen Gizi</b>	<b>Satuan</b>	<b>Daun Segar</b>	<b>Daun Kering</b>
Kadar Air	(%)	75,0	7,50
Protein	Gram	6,7	27,1
Lemak	Gram	1,7	2,3
Karbohidrat	Gram	13,4	38,2
Serat	Gram	0,9	19,2
Kalsium (Ca)	Mg	440,0	2003,0
Magnesium (Mg)	Mg	24,0	368,0
Fosfor (P)	Mg	70,0	204,0
Vitamin A	Mg	6,80	16,3
Vitamin B	Mg	0,21	2,6

<sup>5</sup> Ain,R.N. (2022,Agustus 24). Kelor si daun mini yang kaya gizi. *Cyber Extension Pusluhtan Kementan* Oyenyinka and Oyenyinka (2016) Gopalakrishnan, Doriya, and Kumar (2016)

Vitamin C	Mg	220,0	17,3
-----------	----	-------	------

**Sumber : Aminah, S, Ramdhan, T., Yanis, M (2015)**

Semua kandungan gizi yang terdapat dalam daun kelor segar akan mengalami peningkatan apabila dikonsumsi setelah dikeringkan dan dihaluskan.

Hasil riset ilmiah modern membuktikan bahwa daun kelor adalah salah satu sumber pangan nabati yang kaya akan kandungan gizi. Kandungan unsur gizi dalam daun kelor adalah 7 kali vitamin C dalam buah jeruk, 4 kali vitamin A dalam wortel, 4 kali kalsium dalam susu, 3 kali kalium dalam pisang, 3 kali zat besi dalam bayam, dan 2 kali protein yang terdapat dalam yoghurt atau protein dalam sebutir telur. Ditambah apabila dikonsumsi setelah dikeringkan dalam bentuk serbuk atau tepung akan mengalami peningkatan konsentrasinya.

Kandungan lain yang juga terkandung dalam daun kelor yakni fitonutrien yang mana berfungsi sebagai imun bagi makhluk hidup. Beberapa yang termasuk fitonutrien yang terdapat dalam kelor seperti : *Karotenid, Flavonoid*, termasuk *Isoflavon (Fitoestrogen), inositol Fosfat (Zat phytate), Lignan, Isothiocyanates*, dan *Indole*, senyawa fenol dan Siklik, Saponin, Sulfida dan tiol, dan terpene.<sup>6</sup>

Berikut daftar produk olahan kelor yang sudah terdaftar pada Badan Pengawasan Obat Dan Makanan (BPOM):

---

<sup>6</sup> Heri Susanto "Saatnya Kelor Di Palu Jadi Komoditas Yang Menyejahterakan", Diakses Pada Tanggal 06 Agustus 2023 <https://www.liputan6.com/regional/read/5006904/saatnya-kelor-di-kota-palu-jadi-komoditas-yang-menyejahterakan>

**Tabel 1.2 Daftar Produk Olahan Kelor**

<b>No Registrasi</b>	<b>Produk</b>	<b>Pendaftar</b>
MD 836228017980	Kukis Daun Kelor Moriga Merk: J&C	PT Joyci Nusantara Cemerlang
MD 619122001254	Tepung Daun Kelor Organik Merk: Superganic	PT Bali Agro Investama
MD 619122005246	Daun Kelor Bubuk Merk: Moonglade	PT Karunia Penyembuhan Alami
MD 869001001117	Daun Kelor Celup Merk: Naturi	CV Naturi Alam Semesta
TR223036331	Kapsul Ekstrak Daun Kelor99	CV Hani Herbal
MD 231511007823	Mie Instan Goreng Daun Kelor Merk: Mr. Kaspe	CV Mahardika Mulia Sekawan
MD 2669032003026	Minuman Botonikal Daun Kelor Merk: Lakelor	Moringa Gorontalo
MD 267237003253	Sirup Encer Daun Kelor Merk: Mak Pen i	NN Hidayah

**Sumber : Aminah, S, Ramdhan, T., Yanis, M (2015)**

Berdasarkan dari penjelasan gambar pada tabel di atas jelas menunjukkan bahwa produk-produk olahan daun kelor telah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang artinya produk tersebut telah memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan gizi bagi kepentingan Kesehatan manusia yang terjamin. Hal ini telah didukung dengan adanya pemerintah melalui keppres Nomor 166 tahun 2000 an dan Nomor 103 tahun 2001 membentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Hasil kandungan kelor juga dapat dijadikan sebagai peluang usaha di bidang obat-obatan herbal, kuliner pangan fungsional dan juga kecantikan. Dengan adanya usaha ini bisa mengajak masyarakat untuk melakukan pengelolaan kelor yang hasilnya bisa dijual dan dikonsumsi masyarakat. Sehingga tetap sehat, pendapatan keluarga juga bisa bertambah, dan<sup>7</sup> pastinya ekonomi masyarakat setempat akan jauh lebih baik dibandingkan sebelumnya. Yang dimana dimasa sekarang dengan biaya kebutuhan hidup yang juga semakin meningkat tajam.<sup>8</sup>

Bisnis kelor sendiri telah menjadi tren bisnis baru di Indonesia. Dengan reputasinya yang sudah dipercaya sejak bertahun-tahun silam, daun kelor juga dipercaya punya segudang manfaat. melansir dari buku Tanaman Kelor: Nilai Gizi, Manfaat, dan potensi usaha oleh F.G Winarno menyatakan bahwa kelor termaksud salah satu diantara delapan mega *superfood* (pangan super). Kelor

---

<sup>7</sup><https://www.liputan6.com/regional/read/5006904/saatnya-kelor-di-kota-palu-jadi-komoditas-yang-menyejahterakan>, diakses pada tanggal 06 Agustus 2023 pada pukul 22:29

<sup>8</sup><https://www.liputan6.com/regional/read/5006904/saatnya-kelor-di-palu-jadi-komoditas-yang-menyejahterakan> , diakses pada tanggal 06 Agustus 2023 pada pukul 22:29

sebagai Superfood diartikan sebagai pangan fungsional yang bergizi tinggi dan kaya fitokimia yang bermanfaat bagi tubuh dan kesehatan.

Selain menjadi menu makanan, tanaman kelor disebut punya potensi mensejahterakan warga kota Palu. Terlebih dengan telah berdirinya pabrik olahan kelor di daerah tersebut. Akses bagi warga mendapat manfaat ekonomi dari kelor itu salah satunya diberikan oleh PT Kelor Organik Indonesia (KOI) di kota Palu yang memproduksi berbagai produk olahan daun kelor seperti tepung, teh, dan bahan pangan lainnya. Direktur utama PT KOI, Fransisca Yauri mengatakan agar daun kelor warga bisa diterima perusahaan, Sisca mengingatkan kualitas harus dijaga. Untuk itu, pihak perusahaan akan memberi pelatihan hingga meminjamkan mesin pengering daun kelor kepada warga yang menjadi mitra. Dan soal harga sendiri perusahaan memberikan dua skema yang bisa dipilih oleh warga, yakni Rp 35 ribu bagi warga yang menggunakan mesin pengering perusahaan dan Rp 50 ribu per kg untuk yang menggunakan mesin sendiri.<sup>9</sup>

PT.Kelor Organik Indonesia (KOI) adalah salah satu perusahaan pertama dan terbesar di Asia yang berfokus pada pengelolaan Daun Kelor untuk dijadikan berbagai ragam produk. Perusahaan tersebut terletak di Sulawesi Tengah Kelurahan Tpo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu. PT.Kelor Organik Indonesia menghasilkan berbagai macam produk seperti teh, kopi, dan *Moringa Leaf Powder* (Tepung Daun Kelor) dll.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Fransisca Yauri selaku Direktur Utama PT. Kelor Organik Indonesia

<sup>10</sup> Risma Yani, Rini Mastuti, Cut Gustiana "Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha Produksi The Herbal Alami Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) CV, ATLANTIC Aceh Utara." Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Program Studi Agribisnis.

Perkebunan PT.Kelor Organik Indonesia dengan luas 16 hektar peluncuran pabrik pertama di Asia Tenggara. Dan melakukan pengembangan pusat pembelajaran kelor pertama di Asia Tenggara, fasilitasnya disiapkan sempurna. Akan ada unit pelatihan, percontohan kebun, serta alat produksi kering.

Bagi masyarakat Kota Palu, tanaman kelor selama ini hanya punya dua fungsi utama. Selain menjadi pagar hidup, daunnya yang diolah Bersama santan menjadi masakan wajib di atas meja makan terutama pada acara-acara penting semisal pernikahan, adat, hingga pemerintahan. Itu semua dikarenakan pengetahuan warga tentang cara pengolahan daun kelor masih kurang. Dan dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia warga bisa belajar apalagi kelor memang mudah tumbuh dan jadi budaya warga palu.

Berikut beberapa daftar data usaha rumahan kelor yang terdapat di kota Palu:

**Tabel 1.3 daftar data usaha kelor dikota palu**

No	Nama Jenis Usaha Kelor	Alamat Usaha
1.	Rumah Kelor	Jl. Keledai kel No. 16
2.	PT. Kelor Organik Indonesia	Jl. Radjapanto
3.	Kedai Kelor	Besusu bar., kec. Palu tim., kota palu

Sedangkan PT Kelor Organik Indonesia sendiri memiliki permasalahan dimana saat ini pada penjualan produknya belum begitu maksimal, dikarenakan PT Kelor Organik Indonesia merupakan skala pabrik maka PT Kelor Organik Indonesia harus bisa mendapatkan pembeli dalam jumlah yang besar sehingga

mampu untuk menutupi biaya operasional nya, jika PT Kelor Organik Indonesia hanya mengandalkan di tokoh oleh-oleh atau di outlet-outlet kecil saja itu belum bisa meningkatkan pembelian dalam jumlah yang besar sehingga belum bisa menutupi biaya operasional dari perusahaan sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka saya tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi Pada PT Kelor Organik Indonesia Kelurahan Tipo, Kecamatan Ulujadi Kota Palu)”

### ***B. Rumusan Masalah***

1. Bagaimana pengembangan produk olahan kelor pada PT Kelor Organik Indonesia?
2. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi PT Kelor Organik Indonesia dalam pengembangan produk olahan kelor?
3. Apa saja manfaat ekonomi yang didapatkan warga sekitar dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia?

### ***C. Tujuan Penelitian***

Sebagaimana karya ilmiah, penulis penelitian ini mempunyai tujuan dalam penelitian :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengembangan produk olahan kelor pada PT Kelor Organik Indonesia
2. Untuk mengetahui apa saja Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dihadapi PT Kelor Organik Indonesia dalam pengembangan produk olahan kelor

3. Untuk mengetahui apa saja manfaat ekonomi yang didapatkan warga sekitar dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia

#### ***D. Manfaat Penelitian***

##### ***1. Manfaat Secara Teoritis***

Adalah manfaat sebagai Langkah awal dan media bagi penulis dalam hal untuk Menyusun karya ilmiah, serta juga dapat menjadi bahan rujukan bagi para pembaca dalam memahami proses pengembangan produk olahan kelor pada PT Kelor Organik Indonesia, Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu. Serta memberikan pengetahuan dan wawasan terkait tentang bagaimana proses pengembangan produk olahan kelor.

##### ***2. Manfaat Praktis***

###### ***a. Bagi masyarakat***

Dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia ini bisa menambah pengetahuan masyarakat mengenai apa saja manfaat dari tanaman kelor. Dan juga sangat berpengaruh bagi kegiatan perekonomian masyarakat setempat karna dengan adanya pengembangan produk olahan kelor yang dilakukan PT Kelor Organik Indonesia bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat. Serta juga dengan adanya pengembangan produk produk olahan kelor khusus nya bagi masyarakat yang mempunyai tanaman kelor maka mereka dapat menjual daun kelor pada pt koi dan juga dengan adanya pengembangan olahan kelor sangat membantu bagi ibu-ibu karna bisa dijadikan sebagai pekerja harian untuk melakukan lorot kelor.



b. Bagi Mahasiswa

Selanjutnya bagi peneliti berikutnya : Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut untuk dijadikan referensi bagi peneliti yang sejenis. Yaitu Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Olahan Kelor (Studi pada PT.Kelor Organik Indonesia Tipe, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu).<sup>11</sup> Karena tanaman kelor merupakan tanaman yang paling banyak tumbuh di Indonesia serta merupakan tanaman yang banyak memiliki manfaat dan paling sering dimanfaatkan.

***E. Penegasan Istillah<sup>12</sup>***

Untuk menghindari terjadinya kesalahan pemahaman dan kekeliruan dalam penafsiran dari beberapa kata yang terkait dalam judul penelitian ini, maka penulis kiranya perlu untuk mengemukakan penegasan istilah sebagai berikut:<sup>13</sup>

1. Analisis

Analisis merupakan suatu kegiatan untuk memeriksa atau menyelidiki suatu peristiwa melalui data untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Analisis sendiri biasanya dilakukan dalam konteks penelitian maupun pengolahan data. Dan hasil dari suatu analisis diharapkan dapat

---

<sup>11</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka,2008) hlm.916 diakses pada tanggal 2 agustus 2023 pukul 19.12 “[www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15253/Daun-Kelor-Segudang-Manfaat-Untuk-Kesehatan-dan-Perekonomian.html](http://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15253/Daun-Kelor-Segudang-Manfaat-Untuk-Kesehatan-dan-Perekonomian.html), diakses pada tanggal 3 agustus 2023 pada pukul 19.43s

<sup>12</sup> “Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka, 2007) h,845 diakses pada tanggal 2 agustus 2023 pukul 19.12

<sup>13</sup> “Kompas.com, Apa Itu Analisis dan Pengembangan Produk, diakses tahun 2023 pada website.com

membantu meningkatkan pemahaman serta mendorong pengambilan dalam suatu keputusan.

## 2. Pengembangan Produk

Pengembangan suatu produk merupakan suatu proses lengkap dimana membawa produk tersebut ke pasaran. Hal ini mencakup dengan memperbarui produk yang sudah ada dan memperkenalkan produk lama ke pasar baru. Proses pengembangan produk baru termasuk mengidentifikasi kebutuhan yang ada di pasaran, membuat konsep suatu produk, membangun peta jalan produk, dan meluncurkan produk.

Produk atau jasa yang berada di pasaran tidak selamanya dapat bertahan sesuai dengan harapan pemilik atau produsennya. Dengan adanya perubahan yang begitu cepat terhadap selera, teknologi, dan juga persaingan, maka perusahaan juga harus mengembangkan arus produk maupun jasa baru secara tepat.

## 3. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan.

Menurut Kotler pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

#### ***F. Garis-Garis Besar Isi***

Dalam proposal yang berjudul analisis swot dalam pengembangan produk olahan kelor (studi pada PT Kelor Organik Indonesia, Tipe, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu) yang tersusun atas V bab yang saling berhubungan. Adapun sistematika pemahaman sebagai berikut :

Bab I, membahas pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini dan dilanjutkan dengan rumusan masalah untuk membatasi ruang lingkup pembahasan. Agar dalam penelitian bisa terarah dan mudah untuk dipahami maka peneliti juga mencantumkan tujuan dan manfaat yang hendak dicapai, selanjutnya diuraikan pengesahan istilah untuk menghindari kesalahan tentang judul.

Bab II, tinjauan Pustaka yang dimana di dalamnya membahas secara teoritis dengan mengajukan rangkaian tinjauan Pustaka tentang relevansi penelitian terdahulu, dan konsep pengembangan produk olahan kelor.

Bab III, adalah metode penelitian, yakni cara-cara yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data serta pengecekan keabsahan data.

Bab IV, berisi tentang hasil penelitian pada Analisis SWOT dalam pengembangan produk olahan kelor yang akan penulis jelaskan yakni tentang sejarah berdirinya dan pengembangan PT.Kelor Organik Indonesia.

Bab V, yang merupakan Bab terakhir dalam pembahasan skripsi ini yang meliputi kesimpulan merupakan jawaban yang tegas dari masalah yang diangkat dalam pembahasan skripsi ini dan saran-saran yang merupakan harapan dari penulis.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian Terdahulu*

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengambil beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel 2.1**

#### Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul Dan Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Hairo & Zakiatul (2019) Analisis nilai tambah produk olahan kelor berbahan baku daun kelor dan prospek	Dari hasil analisis SWOT dapat diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan yakni pelayanan konsumen	Yaitu untuk mengetahui tentang pengembangan produk olahan kelor dan nilai dari produk olahan kelor .	Pengembangan produk olahan kelor yang belum terlihat begitu jelas dari segi produk yang disukai oleh konsumen. <sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Aminah, S., Ramadhan, T., & Yanis, M (2015) Potensi usaha kelor (*Moringa oliefera Lam.*) untuk menurunkan kejadian stunting

	pengembangan nya	dengan baik dan peluang yang dimiliki produk tersebut yakni terbukanya pasar dan pengembangan nya baik dilihat dari nilai tambah yang tinggi dan produk yang disukai oleh konsumen.		
2.	Danriani (2019) Strategi pemasaran teh daun kelor oleh ukm mutiara Kartika dalam prespektif ekonomi islam	Hambatan dalam mengetahui strategi pemasaran dialami berawal dari terjadi masalah dalam membangun usaha daun kelor	Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam meningkatkan pemasaran produk olahan kelor agar lebih dikenal	Dari segi harga produk olahan kelor masih cukup terjangkau dan relative tidak terlalu mahal sehingga masyarakat luas

		karena kurangnya mendapatkan bahan baku daun kelor. Selain itu berkaitan dengan tingkat harga yang ditetapkan terlalu mahal disbanding produk biasanya, sehingga tidak semua masyarakat mau membelinya.	dimasyarakat luas.	masih bisa menjangkaunya.
3.	Amri (2020) Analisis nilai tambah daun teh kelor di desa kayangan kecamatan balai jaya kota	Satu kali proses produksi diperoleh rasio nilai tambah sebesar 38% (kategori sedang) untuk the celup	Membahas tentang keuntungan pengusaha dan usaha teh daun kelor maupun produk olahan kelor lainnya.	Keuntungan yang didapatkan untuk usaha teh kelor belum maksimal dan masih harus terus ditingkatkan <sup>15</sup> dan terus melakukan

<sup>15</sup> Anggraeni, R., Abdurahman., & Eikman, A (2022) Strategi pemasaran industry kelor PT Tri Utami Jaya untuk menembus pasar Internasional. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 3(1);59-71

	kabupaten rokan hilir riau	daun kelor dan sebesar 79% (kategori tinggi) untuk teh seduh daun kelor. Sedangkan keuntungan pengusaha sebesar 19% untuk teh celup daun kelor dan 24% untuk teh seduh daun kelor.		promosi terhadap olahan daun kelor
4.	Anggraeni (2022) Hubungan tingkat pengetahuan dan perilaku penggunaan daun kelor sebagai anti Hiperkolesterolemia di	Diketahui bahwa masyarakat kecamatan Gondanglegi kurang mendapatkan edukasi mengenai pemanfaatan daun kelor sebagai anti	Sama-sama untuk mengetahui seberapa besar manfaat olahan kelor sebagai anti Hiperkolesterolemia dan manfaat daun kelor	Yaitu tidak menjelaskan atau memberikan edukasi kepada responden mengenai manfaat daun kelor yang sangat besar untuk mencegah anti



	kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang	Hiperkolesterole mia maka tingkat pengetahuan responden tentang daun kelor sebagai anti Hiperkolesterole mia adalah Sebagian besar pada kategori “cukup” sebesar 84%.	untuk Kesehatan tubuh manusia	Hiperkolesterole mia.
5.	Produk Kelor “Moringa Kingdom” CV. Tri Utami Jaya Di NTB	Masyarakat,sehin gga CV. Tri Utami Jaya ini mengalami peningkatan sebesar 28%	Yaitu melakukan edukasi kepada konsumen untuk meningkatkan keuntungan atau minat beli konsumen terhadap produk olahan kelor	Sudah melakukan edukasi atau pun promosi hanya saja minat beli konsumen terhadap produk olahan kelor masih saja belum mengalami

				peningkatan yang signifikan <sup>16</sup>
--	--	--	--	---

## ***B. Kajian Teori***

### **1. Analisis SWOT**

#### *a. Pengertian Analisis SWOT*

Pada dasarnya, analisis SWOT merupakan sebuah akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan dalam mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen dari sebuah perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang men menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan. semua organisasi memiliki

---

<sup>16</sup> Anggriani, D (2022). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Berawi, K. N., Wahyudo, R., & Pratama, A. A (2019)

kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.

Analisis SWOT merupakan suatu instrument pengidentifikasian dari berbagai factor yang terbentuk dengan secara sistematis yang digunakan juga dalam merumuskan strategi dalam sebuah perusahaan. Pendekatan dari analisis ini sendiri didasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus juga dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan juga ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT juga dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang juga mempengaruhi keempat faktornya. Dengan demikian hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan,kelemahan,peluang,dan juga ancaman).<sup>17</sup>

Faktor-Faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks SWOT, yang mana pengaplikasiannya adalah :

1. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
3. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi sebuah ancaman (*threats*) yang ada.

---

<sup>17</sup> Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "Teknik Analisis SWOT" (Yogyakarta, 2020)

4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

*b. Faktor-Faktor Analisis SWOT*

Analisis SWOT terdiri dari empat factor, yaitu

1. *Strengths* (kekuatan)

*Strengths* merupakan sebuah kondisi yang menjadi kekuatan dalam sebuah organisasi. Faktor-Faktor kekuatan merupakan suatu kompetisi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Hal tersebut sangat mudah dilihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan *stakeholders* maupun pelanggan.

Sebagai contoh dari sisi keunggulan, antara lain kekuatan dari sebuah organisasi yang bergerak dalam bidang penjualan produk olahan kelor. Perusahaan tersebut menjual produk olahan kelor yang khusus untuk Kesehatan tubuh. Produk olahan kelor yang ia pasarkan mampu atau terbukti memberikan Kesehatan bagih tubuh manusia yang membeli produk olahan kelor tersebut. Manfaat tersebut merupakan salah satu *Strengths* atau kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan produk olahan kelor tersebut.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

*Weaknesses* merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi atau perusahaan. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam sebuah

organisasi maupun perusahaan. Namun yang terpenting adalah bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi atau perusahaan yang lain

Kelemahan dapat berupa sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam sebuah organisasi, lemahnya kepercayaan sebuah konsumen, tidak sesuainya antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia usaha dan industry. Kelemahan yang dianalisis merupakan sebuah faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi atau perusahaan. Oleh<sup>18</sup> karena itu, ada beberapa factor kelemahan, yang harus dibenahi oleh para *stakeholder* dalam suatu perusahaan, antara lain :

- a) Lemahnya SDM dalam sebuah organisasi.
- b) Sarana dan prasarana yang masih sebatas pada suatu sarana wajib saja
- c) Kurangnya sensitivitas dalam menangkap peluang yang ada, sehingga cenderung dengan organisasi mudah puas dengan keadaan yang dihadapi sekaraang ini.
- d) Output pada produk yang belum sepenuhnya bersaing dengan produk perusahaan yang lain dan sebagainya.

### 3. *Opportunities* (peluang)

---

<sup>18</sup> Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "Teknik Analisis SWOT" (Yogyakarta, 2020)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan suatu perusahaan/organisasi. Anda dapat mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat anda jadikan peluang dengan cara membandiingkan analisis internal (*strengths* dan *weaknesses*) perusahaan atau organisasi anda dengan analisis internal dari *competitor* lain. Beberapa hal yang dapat anda jadikan peluang perlu dirangking berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil), sehingga tidak semua peluang harus anda capai dalam target. Peluang sendiri dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan, tingkatan tersebut yaitu:

*a. Low*

Dikatan low atau rendah apabila “suatu hal tersebut” (hasil analisis) memiliki daya Tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaiannya juga kecil.

*b. Moderate*

Dikatakan moderate apabila “suatu hal tersebut” (hasil analisis) memiliki daya Tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaiannya kecil atau sebaliknya.

*c. Best*

Dikatakan baik apabila “Suatu hal tersebut” (hasil analisis) memiliki daya Tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya besar.

4. *Therath* (ancaman)

*Theraths* atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya

sebuah organisasi atau perusahaan. Ancama dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan.

### *c. Kegunaan Analisis SWOT*

Seperti yang sudah dijelaskan di pembahasan sebelumnya, bahwa analisis ini sendiri memiliki banyak penggemar karna cukup simple namun ternyata dapat membantu penyusunan strategi baik bagi organisasi maupun suatu perusahaan. Secara umum, analisis SWOT memiliki kegunaan sebagai berikut:

#### 1. Digunakan untuk menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi

Analisis SWOT ini dapat mengidentifikasi secara mendalam bagaimana kondisi diri kita sebagai seorang individu. Sejauh manakah potensi-potensi yang kita miliki sekaligus melihat seperti apa lingkungan social di sekitar kita. Dengan mengetahui lingkungan social sekitar kita, kita bisa melihat sebaik apa peluang yang kita miliki dengan bekal potensi yang ada dalam diri kita.

#### 2. Digunakan untuk menganalisis kondisi internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga.

Seperti yang sudah kita pahami, Analisis SWOT ini telah banyak digunakan oleh suatu organisasi maupun sebuah perusahaan sebagai pendekatan strategi bisnis mereka. Dengan kita melakukan analisis SWOT, maka sebuah organisasi atau sebuah perusahaan dapat mengetahui kondisi internal dan eksternal mereka. Kondisi internal

ini merupakan kekuatan-kelemahan yang dimiliki oleh organisasi, sedangkan kondisi eksternal berupa kesempatan-hambatan yang dimiliki perusahaan tersebut.

3. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana diri kita di dalam lingkungan kita.

Analisis SWOT ini membantu kita untuk memperoleh gambaran seperti apa kita dipandang oleh lingkungan di sekitar kita. Sebagai contoh, Anda adalah pemilik dari sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang. Hasil analisis SWOT dapat memberikan gambaran apakah perusahaan anda cukup dipandang oleh pasar atau masih kalah oleh perusahaan serupa yang memberikan pelayanan yang sama.

4. Digunakan untuk mengetahui posisi sebuah perusahaan/organisasi diantara perusahaan/organisasi yang lain<sup>19</sup>

Pengidentifikasian dari keempat factor yang ada di dalam analisis SWOT membantu sebuah perusahaan untuk melihat posisi mereka disbanding perusahaan yang memiliki pelayanan atau produk serupa. Singkatnya, hasil dari analisis yang ditemukan memudahkan kita melihat competitor mana yang berada diatas perusahaan anda dan competitor mana yang berada dibawah anda.

5. Digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dihadapkan dengan para pesaingnya

Mengetahui kelebihan atau pun kelemahan dari diri sendiri ataupun sebuah organisasi dapat membantu kita mengetahui sejauh mana kita dalam lingkungan kita.

---

<sup>19</sup>Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "Teknik Analisis SWOT" (Yogyakarta, 2020)



Sebagai sebuah organisasi, Analisis SWOT dapat membantu kita mengetahui apakah produk ataupun jasa yang kita tawarkan dapat berkompetisi dengan para *competitor* yang memberikan pelayanan ataupun produk yang serupa.

*d. Manfaat Analisa SWOT*

Analisis SWOT adalah sebuah instrumen yang ampuh untuk merumuskan analisis strategi. Kemampuan ini menjadi penentu strategi perusahaan dalam memaksimalkan peran dari faktor kekuatan pemanfaatan peluang yang sekaligus berperan untuk meminimalkan kelemahan dalam perusahaan dan menekan dampak ancaman yang harus dihadapi perusahaan.

*e. Tujuan Analisa SWOT*

Analisis SWOT ini mampu mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun faktor eksternal (ancaman dan tantangan) yang mempengaruhi perusahaan baik positif maupun negatif sehingga perusahaan harus mampu mengelola dalam mempertahankan peluang agar perusahaan bertahan apabila mengalami kesalahan.

*f. Fungsi Analisa SWOT*

Analisis SWOT ini berfungsi untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan melalui pengkajian terhadap kondisi internal perusahaan maupun kondisi eksternal perusahaan untuk menganalisa ancaman dan peluang yang akan dihadapi perusahaan.

## **2. Pengembangan Produk**

### **a. Pengertian Pengembangan Produk**

Secara Etimologi pengembangan berasal dari padanan kata pengembang yang memiliki makna suatu proses, cara, perbuatan atau sebuah proses kegiatan

bersama yang dilakukan oleh penghuni suatu daerah untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>20</sup> Sedangkan Menurut KBBI memiliki arti suatu proses membuat suatu menjadi maju, baik sempurna dan berguna.

Secara Terminologi pengembangan adalah suatu proses yang mengupayakan peningkatan kemampuan dan keterampilan SDM guna menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal melalui pendidikan, keterampilan. Sedangkan pengembangan menurut malayu hasibuan adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan melalui pendidikan dan latihan.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia pengembangan memiliki arti proses, cara, dan perbuatan mengembangkan. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui Pendidikan dan pelatihan. Pengembangan adalah suatu proses mendesain pembelajaran secara logis, dan sistematis dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan belajar dalam memperhatikan potensi dan kompetisi.

Berdasarkan penjelasan pengembangan yang diungkapkan, maka pengembangan adalah suatu proses untuk membentuk potensi yang ada untuk menjadi sesuatu yang lebih lagi sedangkan penelitian dan pengembangan merupakan kegiatan-kegiatan dalam mengembangkan suatu produk atau dengan kata lain menyempurnakan produk yang ada menjadi produk yang dapat dipertanggungjawabkan.

Pengembangan merupakan penggunaan ilmu-ilmu pengetahuan teknis dalam rangka memproduksi bahan baru atau peralatan. Produksi dan jasa ditingkatkan secara substansial untuk proses atau sistim baru, sebelum dimulainya sistim produksi komersial meningkatkan secara substansial apa yang sudah diproduksi. Pengertian mengenai pengembangan sendiri dapat peneliti simpulkan bahwa pengembangan merupakan perluasan atau pendalaman suatu materi pembelajaran sehingga menghasilkan suatu produk.<sup>20</sup>

Dan Pengembangan produk merupakan penciptaan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Dengan mengembangkan sebuah produk merupakan salah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang sudah ada. Dari pernyataan tersebut pengembangan produk dilakukan untuk memperbaiki produk yang sudah ada sehingga tampilan produk lebih menarik dan memiliki nilai guna yang sesuai dengan fungsinya. Dengan begitu konsumen tidak akan bosan dengan produk yang monoton.

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang bagus dengan melalui beberapa latihan dan pendidikan yang bagus.

### **3. Produk Olahan Kelor**

#### **a. Produk**

##### *1. Pengertian Produk*

Produk merupakan sesuatu yang dijual oleh perusahaan kepada pembeli. Produk adalah objek yang sangat vital yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan

---

<sup>20</sup> Adelia Priscila Ritonga, Nabila Putri Andini, Layla Iklamah (jurnal multidisiplin Dehasen Vol.1 No 3 juli 2022) "Ilmiawan, Arif Vol 2. No 3 (November 2018)

dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktivitas operasional dan Kesehatan perusahaan.

Sebuah perusahaan hendaknya mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Beberapa ahli mengungkapkan pendapatnya Tentang bagaimana pengertian dari produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian,diperoleh,digunakan,dikonsumsi untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”.

Produk juga mencakup lebih dari sekedar barang berwujud atau dapat dideteksi dengan panca indra. Jika didefinisikan secara luas produk meliputi objek secara fisik,pelayanan,orang,tempat,organisasi,gagasan atau bauran dari semua wujud diatas. Dapat disimpulkan bahwa produk bersifat nyata maupun tidak nyata yang bisa menarik perhatian dan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen memiliki kepuasan tersendiri saat membeli dan mengkonsumsinya.

Dalam sebuah pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan dari semua pelanggan.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dimiliki, penggunaan atau pun konsumen yang bisa memuaskan keinginan ataupun kebutuhan.

#### 1) Definisi Sempit

Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat didefinisikan.

## 2) Definisi Luas

Produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan juga tidak nyata dimana di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestive pabrik, prestive pengecer, dan pelayanan dipabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.

Produk yang berwujud terutama dalam penelitian ini adalah produk olahan kelor yang ditawarkan kepada pelanggan, sedangkan produk yang tidak berwujud merupakan pelayanan yang diberikan kepada semua pelanggan. Sehingga sebuah perusahaan harus mampu merencanakan dan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar tercapai suatu manfaat yang dapat memberikan suatu kepuasan.

Produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok yaitu:

### 1) Barang (*goods*)

Barang merupakan suatu hasil atau keluaran berwujud fisik dari proses transformasi, sumberdaya, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mendapat perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya.

### 2) Jasa (*service*)

Jasa merupakan sebuah aktivitas, manfaat, atau sebuah kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.<sup>21</sup>

## *b. Pengertian Kualitas Produk*

---

<sup>21</sup> Abdullah dan Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Salemba Empat, 2011), 153 Riyono, *Jurnal STIE Semarang*, Vol.8, No 2, Edisi Juni 2016

Produk memiliki arti penting bagi sebuah perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk apabila pembeli merasa cocok dengan produk tersebut. Karena itu produk harus di sesuaikan dengan keinginan atau pun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk dapat berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Saat ini hampir semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar. Para petinggi perusahaan pun semakin menyadari dan mempercayai adanya keterhubungan langsung antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan pangsa pasar di pasar sasaran.

definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

### *c. Dimensi Kualitas Produk*

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu:

- 1) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) *Durability* (Daya tahan), yang berarti beberapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.

Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan dari sebuah produk.

- 3) *Conformance to Specifications* ( kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 4) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 5) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan sangat memuaskan atau tidak di dalam periode dari waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka sebuah produk tersebut dapat diandalkan.<sup>22</sup>

## b. Produk Olahan Kelor

### 1. *Pengertian Tanaman Kelor*

Tanaman kelor adalah merupakan salah satu tanaman yang memiliki manfaat tidak hanya bagi Kesehatan saja, namun juga dapat memiliki nilai ekonomi. Seluruh bagaian dari tanaman kelor mulai dari daun, kulit batang, buah dan juga bijinya sangat bermanfaat bagi Kesehatan tubuh. Tanaman ini juga dapat diolah menjadi berbagai sebuah obat herbal hingga bahan baku produk perawatan kulit.

---

<sup>22</sup> Riyono, Jurnal STIE Semarang, Vol.8, No 2, Edisi Juni 2016

## 2. Kandungan Senyawa Daun Kelor

Menurut hasil penelitian, daun kelor ternyata mengandung Vitamin A, Vitamin C, Vitamin B, Kalsium, Kalium, besi, dan protein, dalam jumlah sangat tinggi yang mudah dicerna dan diasimilasi oleh tubuh manusia. Bahkan perbandingan nutrisi daun kelor segar dan serbuk, dengan beberapa sumber nutrisi daun kelor segar dan serbuk, dengan beberapa sumber nutrisi lainnya. Jumlahnya dapat berlipat-lipat dari sumber makanan yang selama ini digunakan sebagai sumber nutrisi untuk perbaikan gizi dibanyak belahan dari negara. Tidak hanya itu, kelor pun diketahui mengandung lebih dari 40 antioksidan dalam pengobatan tradisional afrika dan india serta telah digunakan dalam pengobatan tradisional untuk mencegah lebih dari 300 penyakit (Krisnadi,2010).

### c. Manfaat Daun Kelor

Beberapa jurnal ilmiah menyebutkan tanaman kelor memiliki manfaat sebagai *antibiotic*, *antitripanosomal*, *antispasmodic*, *antiulkus*, aktivitas hipotensif, antiinflamasi dan juga dapat menurunkan kolestrol. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan di Bangladesh, ekstrak daun kelor memberikan efek hipolipidemik dan hipokolestrol pada tikus yang diinduksi dengan adrenaline. Tanaman kelor juga memiliki kandungan fenolik yang terbukti efektif berperan sebagai antioksidan.<sup>23</sup>

### c. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model awal konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi

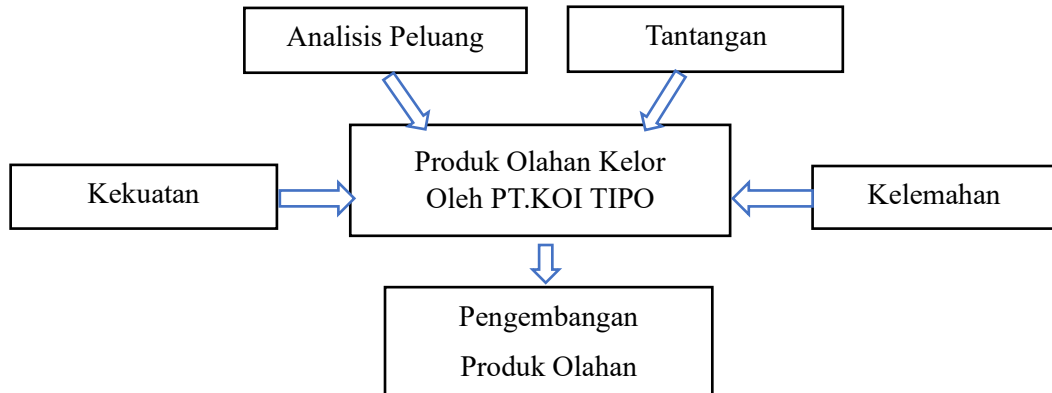
---

<sup>23</sup> Riyono, Jurnal STIE Semarang, Vol.8, No 2, Edisi Juni 2016



sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini bagan kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2**



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### ***A. Pendekatan dan Desain Penelitian***

Agar peneliti dapat menghasilkan suatu produk, bahasan, analisis, atau kesimpulan yang baik dan dapat dipertanggung jawabkan, maka tentu saja peneliti perlu memperhatikan semua aspek yang mendukung suatu penelitian dapat berjalan baik. “salah satu aspek utama adalah bahwa peneliti tersebut berada dalam kerangka ilmiah dan mempunyai kaidah serta prosedur yang dapat dipertanggung jawabkan. Salah satu kerangka ilmiah dan kaidah yang dimaksud adalah dengan menggunakan metode penelitian.

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam metode penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yakni dengan menggunakan pendekatan yang bersifat studi kasus lapangan yaitu memaparkan berbagai aspek yang menjadi sasaran penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa gambar, kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.

Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif yaitu pertama, karena waktu dan sumber yang cukup untuk digunakan pada pengumpulan data yang luas dilapangan dan analisis data yang rinci tentang informasi “teks”. Kedua, peneliti merasa metode ini lebih mudah untuk digunakan karena peneliti lebih memiliki kemampuan untuk mendeskripsikan suatu kata-kata dibandingkan dengan menggunakan angka-angka. Olehnya peneliti menggunakan penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian diharapkan untuk mendapatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan menggunakan angka-angka. Oleh karena itu penelitian

menggunakan penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan mendapatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan aktivitas proses pengembangan dari produk olahan kelor.<sup>24</sup>

### ***B. Lokasi Penelitian***

Penelitian ini dilakukan di PT Kelor Organik Indonesia, Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Penulis memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian karena berdasarkan pertimbangan, antara lain:

1. PT Kelor Organik Indonesia, Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu, merupakan satu-satunya perusahaan yang kelor yang ada di kecamatan Ulujadi Kota Palu.
2. Penulis telah melakukan observasi tentang keadaan ini, sehingga dirasa tepat untuk melakukan penelitian.
3. Belum ada peneliti sebelumnya yang membahas tentang pengembangan produk olahan kelor ini.

### ***C. Kehadiran Peneliti***

Sesuai dengan jenis penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif maka kehadiran peneliti dilapangan sangat penting adanya sebagai instrument kunci dari suatu penelitian. Peran peneliti dilapangan sebagai partisipasi penuh dan aktif, karena peneliti terjun langsung mengamati dan mendalami informasi-informasi yang mendukung penelitian, melalui beberapa informasi dan narasumber yang memberikan data-data autentik seputar masalah yang menjadi obyek penelitian.

---

<sup>24</sup> Restu Kartiko Widi, *Asus Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Berdasarkan pernyataan diatas, bahwa sangat penting kiranya seorang peneliti untuk terjun langsung dilapangan untuk mrngamati dan mengumpulkan data secara langsung mengenai dengan pengembangan produk olahan kelor di PT Kelor Organik Indoensia, Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu. Agar data yang diperoleh peneliti nantinya benar-benar objektif dan sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan.

#### ***D. Data dan Sumber Data***

Data dan juga sumber data merupakan factor utama penentu suatu keberhasilan dari penelitian. Penelitian tidak dapat dikatakan ilmiah apabila tidak mempunyai data yang akurat dan autentik. Data dan sumber data sangat berpengaruh terhadap keaslian dan kemurnian dari hasil suatu penelitian.

Penelitian ini pun membantu data, baik itu data yang bersifat primer ataupun data yang bersifat sekunder, sebagai syarat ilmiahnya penelitian ini. Seperti yang telah dipaparkan diatas data primer adalah data yang dipeoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individua tau kelompok, dan hasil obsrvasi terhadap karateristik benda, kejadian dan hasil pengujian tertentu.

Data primer disini adalah data yang menunjukkan proses penegmbangan produk olahan kelor di PT Kelor Organik Indonesia, Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu. Yaitu data yang diperoleh melalui observasi,wawancara,dan dokumentasi. Dalam hal ini data sekundernya adalah dokumen-dokumen dan catatan-catatan penting yang berkaitan dengan penelitian dengan PT Kelor Organik Indonesia.

### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

Seperti yang telah dipaparkan diatas, bahwa data merupakan hal yang mutlak yang harus ada dan merupakan penentu dari keberhasilan suatu penelitian, serta juga menjadi syarat sahnya penelitian untuk dikatakan sebagai penelitian ilmiah. Oleh karena itu, data yang diambil harus memenuhi kriteria untuk dijadikan suatu data yang akurat, setidaknya data itu dapat dijadikan alat dalam pemecahan suatu masalah. Adapun Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Teknik Observasi**

Observasi atau pengamatan menurut Emzir adalah perhatian yang terfokus terhadap suatu kejadian, gejala, atau sesuatu. Jadi peneliti terjun langsung dilapangan untuk menyaksikan, memperhatikan dan mencatat apa yang menjadi obyek penelitian. Dalam hal ini, mengamati secara langsung hal-hal apa saja yang dilakukan pihak PT KOI.

Observasi yang dilakukan merupakan observasi langsung. Observasi langsung adalah “ observasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap objek yang akan diteliti. Adapun objek observasi dalam penelitian ini adalah pengembangan produk olahan kelor di PT Kelor Organik Indonesia.<sup>25</sup>

#### **2. Teknik Wawancara (*interview*)**

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam suatu penelitian yang dilakukan secara langsung dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi yang dibutuhkan. Wawancara juga dapat diartikan

---

<sup>25</sup> Emzir, Metodologi Penelitian Kualitatif (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)

sebagai interaksi Bahasa yang berlangsung anatar dua orang dalam situasi saling berhadapan, yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi ungkapan terhadap seseorang yang diteliti yang berputar disekitar pendapat dan juga keyakinannya. Adapun target yang di wawancarai adalah kepala PT Kelor Organik Indonesia.

### 3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah merupakan proses pengumpulan data dengan menghimpun dokumen penting, guna untuk menunjang kelengkapan data. Peneliti menghimpun sejumlah dokumen resmi yang berhubungan dengan lokasi penelitian. Data dokumentasi dalam penelitian adalah: Data gambar dan sebagainya yang berkaitan langsung dengan pengembangan produk olahan kelor.

### ***F. Teknik Analisis Data***

Setelah sejumlah data berhasil dikumpulkan, maka Langkah yang harus dilakukan selanjutnya adalah menganalisis data dengan menggunakan beberapa Teknik analisis data. Teknik yang digunakan adalah sebagai berikut.<sup>26</sup>

#### 1. Reduksi Data

*Data Reduction* (Reduksi Data), Data yang diperoleh selama melakukan penelitian dikelompokkan berdasarkan sumber data, peneliti mengadakan kegiatan pemusutan perhatian pada penyederhanaan, pemilihan, dan transformasi data mentah yang muncul dari berbagai catatan lapangan atau observasi, transkrip, wawancara, dan dirangkum serta dipilih hal-hal yang pokok untuk difokuskan pada kesesuaian

---

<sup>26</sup> Ibid,50.

tujuan penelitian dan kemudian peneliti menyeleksi beberapa data yang relevan dengan pembahasan sehingga dapat disajikan dalam bentuk narasi yang utuh.

Jadi peneliti menyeleksi semua data yang telah ada guna untuk menyaring data yang sesuai dengan penelitian

## 2. Penyajian Data

Yaitu menyajikan data yang telah direduksi dalam model-model tertentu untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran data tersebut. Data disajikan secara kualitatif dalam bentuk deskriptif yakni dalam bentuk kata-kata atau kalimat sehingga dapat menjadi suatu narasi yang utuh.

## 3. Verifikasi Data

Merupakan suatu proses pemaknaan terhadap temuan suatu penelitian, dan peneliti selalu menganalisis data mengadakan verifikasi data secara lebih mendalam dengan cara melakukan evaluasi data atau memeriksa Kembali data yang telah disajikan, sehingga penyajian dan pembahasan benar-benar valid dan akurat.<sup>27</sup>

## ***G. Pengecekan Keabsahan Data***

Bagian yang tidak kalah pentingnya dalam penelitian adalah proses pengecekan keabsahan suatu data. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data yang akurat. Pengecekan keabsahan data juga dibutuhkan untuk mendapatkan validitas dan tingkat kredibilitas data yang diperoleh. Pengecekan keabsahan juga ditunjukkan agar tidak terjadinya keraguan terhadap

---

<sup>27</sup> Mathew B Miles, and Huberman, Michael *Qualitatif Data Analysis*, 1984.

suatu data yang diperoleh. Selanjutnya untuk melakukan pengecekan keabsahan data yang diperoleh dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya adalah: uji *kredibilitas*, uji *transferability*, pengujian *dependability*, dan pengujian *confirmability*.

#### 1. Uji *kredibilitas*

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain adalah dengan perpanjangan, pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, dan triangulasi.

#### 2. Uji *transferability*

Moleong menyatakan bahwa keterahlian menuntut peneliti agar melaporkan hasil penelitiannya sehingga uraian dilakukan setelah dan juga secermat mungkin yang menggunakan konteks tempat penelitian diselenggarakan.

#### 3. Uji *dependability*

Uji *dependability* dalam metode penelitian kualitatif ditempuh dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan dari proses penelitian. Audit tersebut dilakukan oleh auditor yang independent atau pembimbing.

#### 4. Uji *Confirmability*

Uji *confirmability* dalam penelitian kualitatif disebut juga objektivitas penelitian. Penelitian dilakukan secara bersamaan melalui audit trial yaitu dengan melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing mengenai aktifitas peneliti yang dilakukan dilapangan.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Mathew B Miles, and Huberman, Michael *Qualitatif Data Analysis*, 1984. Diterjemahkan oleh Emzir



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### *A. Deskripsi Lokasi Penelitian*

##### **1. Gambaran Umum PT. Kelor Organik Indonesia**

Berdirinya pabrik Kelor PT. Kelor Organik Indonesia berawal dari penelusuran cara mengatasi stunting atau malnutrisi. Kemudian lahirlah Gerakan tanam dan konsumsi kelor yang sudah berjalan cukup baik dan akhirnya kini berkembang menjadi pengolahan dan pusat pembelajaran kelor organik terbesar di Asia Tenggara.

PT. Kelor Organik Indonesia merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang budidaya kelor. Perusahaan ini menawarkan berbagai jenis produk olahan kelor. Perusahaan ini baru beroperasi sejak tahun 2020 di Palu. Lalu dibulan mei 2022 ini mulai membuka operasinya di Blora Jawa Tengah.

Kota Palu sendiri dipilih karena sesuai dengan kontur tanah dan iklim yang sesuai dengan untuk tumbuh kembang kelor. Dataran rendah, dekat dengan area Pantai dengan iklim yang agak panas.

PT Kelor Organik Indonesia beralamat di Jl. Radjapanto, Kelurahan Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu, Sulawesi Tengah.<sup>29</sup>

Awal mula Berdirinya PT Kelor Organik Indonesia ini adalah usaha Masyarakat Blora untuk mengatasi kasus stunting yang tinggi. Ditemukanlah hasil bahwa kelor merupakan super food kaya nutrisi. Yang bisa memberi Solusi peningkatan gizi untuk mengatasi stunting.

---

<sup>29</sup> Moh. Abid A.S Manajer PT KOI, wawancara oleh penulis di PT KOI 29 Januari 2024  
Profil PT KOI

Agar bisa mencapai visi dan misi, PT Kelor Organik Indonesia memiliki beberapa unit usaha. Yaitu:

### 1. Unit Pangan

Unit pangan pada PT Kelor Organik Indonesia bertanggung jawab menghasilkan produk makanan atau minuman yang terbuat dari kelor. Seperti bubuk atau tepung kelor, teh kelor, jahe kelor, kunyit asam kelor, dll.

Tujuannya membuat semua produk ini adalah agar Masyarakat bisa menikmati kelor dengan cara lebih nikmat. Tanpa mengurangi kualitas nutrisinya.

Bahkan kualitas nutrisi itu lebih baik. Dengan adanya campuran beberapa bahan rempah di dalamnya. Meski mengemasnya dalam kemasan modern, namun produk akhirnya masih tetap memiliki nutrisi yang sama dengan kelor segar.

### 2. Herbal Tradisional

Selain memproduksi aneka makanan dan minuman dari bahan kelor, PT Kelor Organik Indonesia juga memproduksi berbagai herbal tradisional. Mengingat kelor merupakan herbal yang paling laris dan banyak negara meminati.

Herbal yang pabrik ini produksi adalah tepung kelor dalam beberapa varian. Semuanya telah memiliki izin edar dari BPOM. Selain memiliki banyak manfaat, herbal ini juga aman untuk dikonsumsi.

### 3. Unit Kosmetik dan Skincare

Siapa bilang kelor hanya untuk makanan dan obat-obatan saja. Ternyata bisa juga memanfaatkan kelor untuk bahan kosmetik dan skincare.

Kelor kaya akan kandungan antioksidan dan kolagen. Kedua zat ini sangat penting untuk menghindari penuaan dini. Maka tak heran jika PT Kelor Organik<sup>30</sup>

Indonesia melalui unit kosmetik dan skincare membuat produk perawatan wajah dari kelor.

Adapun menghasilkan produk seperti bedak kelor, masker kelor, dan minyak biji kelor. Beberapa produk kosmetik dan skincare ini diharapkan mampu memberi Solusi produk kecantikan yang sehat dan alami. Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari munifa selaku konsumen yang menggunakan produk olahan kelor beliau mengatakan:

“Bahwa selama ini saya sangat merasakan manfaat dari daun kelor yang di olah menjadi produk kosmetik dan skincare terutama untuk produk masker wajahnya karan setelah menggunakan masker wajah dari produk olahan kelor saya merasakan wajah saya lebih fres dan lebih baik dari sebelumnya”.<sup>31</sup>

#### 4. Pusat Pembelajaran dan Kemitraan Budidaya Kelor

Pabrik kelor PT Kelor Organik Indonesia tidak hanya menghasilkan produk kelor saja, tapi juga membuka pusat pembelajaran kelor. Mengajak Masyarakat setempat untuk menjadi mitra budidaya kelor.

Perusahaan akan membekali mitra dengan modul serta 1.000 pohon pada lahan Perusahaan. Tak hanya itu saja. Pabrik juga memperbolehkan mitra meminjam mesin pengering.

Mesin ini berfungsi untuk mengeringkan daun kelor setelah memanennya. Dengan teknologi pengunci nutrisi. Tujuannya adalah agar nutrisi tidak hilang seperti jika mengeringkannya dibawah sinar matahari.

---

<sup>31</sup> Munifa Selaku Konsumen Yang Menggunakan Produk Olahan Kelor, Wawancara Oleh Penulis Di Jln Tanderante (14 januari 2024)

Tidak hanya itu saja. PT Kelor Organik Indonesia juga membuat *e-learning* yang lengkap untuk membantu mitra. Bagaimana cara pemasarannya setelah menghasilkan produk. Dengan cara seperti ini Perusahaan berharap mitra bisa lebih produktif lagi.

### **1. Profil Usaha PT. KOI**

Nama Usaha : PT Kelor Organik Indonesia  
 Pemilik Usaha : Fransisca Yauri  
 Badan Usaha : Perusahaan Terbuka  
 Bidang Usaha : Budidaya Kelor  
 Jenis Usaha : Pembudidayaan Tanaman Kelor  
 Alamat Usaha : Jl. Radjapanto, Kelurahan Tipo, Kecamatan Ulujadi,  
 Kota Palu

### **2. Visi dan Misi**

#### **1. Visi**

Memberikan Solusi nutrisi untuk negeri sekaligus menjadi ladang kesejahteraan Masyarakat setempat.

#### **2. Misi**

Memperkuat lahan, meningkatkan kualitas, memperbanyak Kerjasama, untuk mencapai target 10.000 ton per tahun.

PT Kelor Organik Indonesia memiliki fasilitas pembelajaran budidaya kelor yang lengkap, termasuk sampai pada pembelajaran pemasaran produk olahan kelor. Para peserta yang lulus akan diberikan izin menanam 1000 pohon kelor atau sebesar 0,1 hektar di atas lahan Perusahaan sebagai mitra pembudidayaan kelor. Selain itu, seluruh mitra dapat meminjam fasilitas pengering

dengan system pengucian nutrisi. Demikian untuk pemasaran, para mitra dapat belajar di pusat pembelajaran Perusahaan atau juga secara online di situs e-learning Perusahaan.

PT.Kelor Organik Indonesia menghasilkan tepung kelor curah dengan kapasitas produksi 3 ton per bulan atau 36 ton per tahun yang berasal dari daun kelor yang dibudidayakan secara organik di atas lahan Perusahaan seluas 16 Hektar di palu, Sulawesi Tengah. Produk tepung daun kelor curah Perusahaan telah diuji di laboratorium yang hasilnya menyatakan masing mengandung 18 jenis asam amino dan 20 asam folat. Ini merupakan kandungan nutrisi penting dari daun kelor yang sangat berguna untuk asupan tubuh dalam mengurangi kekurangan gizi. Perusahaan juga memproduksi minyak kelor organik dengan Tingkat kemurniaan 100%.

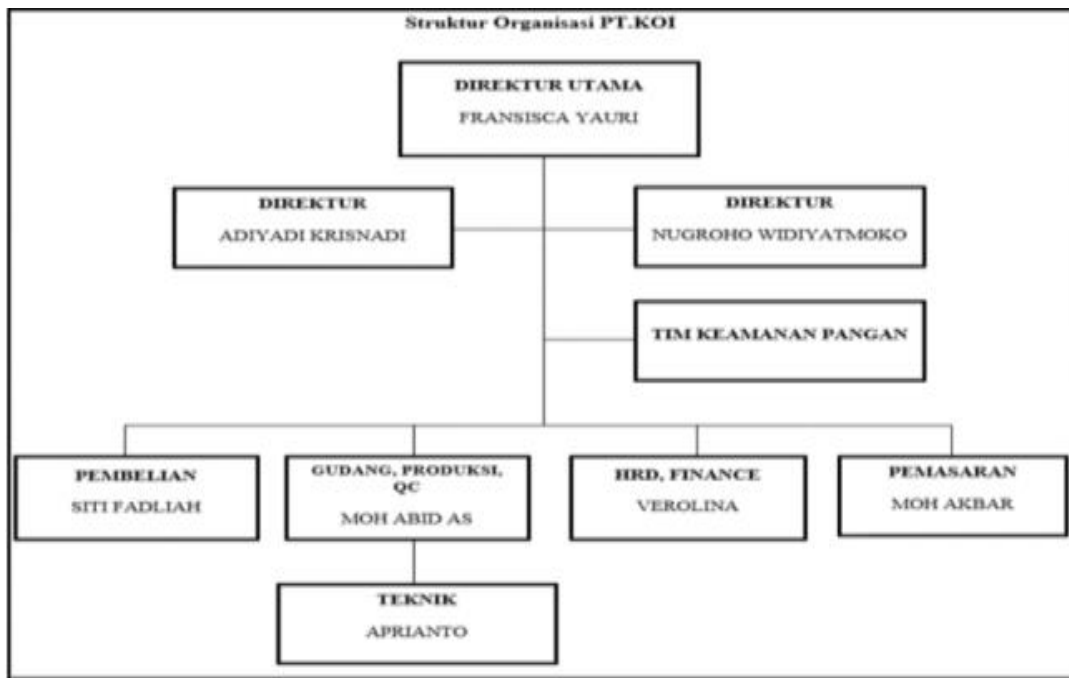
### **3. Produk Yang Dihasilkan PT Kelor Organik Indonesia, yaitu:**

1. Pangan : teh kelor, tepung kelor, kopi kelor, wedang kelor dan beberapa varian lainnya
2. Herbal tradisional : suplemen tepung kelor dan beberapa varian lainnya.
3. Kosmetik : minyak perasan biji kelor, masker kelor dan bedak kelor.

### **4. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar bagian-bagian, komponen dan posisi dalam suatu Perusahaan atau merupakan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab agar setiap anggota dalam organisasi mampu melakukan tanggung jawab nya masing-masing dengan maksimal. Sehingga tercipta komunikasi yang baik antara anggota untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Berikut struktur organisasi yang ada di PT.Kelor Organik Indonesia.

Gambar 4.1



PT.Kelor Organik Indonesia merupakan uraian tugas dan wewenang dari semua personal yang mengelola, melaksanakan dan menverifikasi pekerjaan yang berpengaruh terhadap mutu dan keamanan pangan, seperti berikut ini:

### **Direktur Utama**

1. Berkomitmen tinggi terhadap penerapan system manajemen keamanan pangan dengan menetapkan kebijakan keamanan pangan dan sasaran mutu dan keamanan pangan.
2. Menetapkan tim keamanan pangan yang dipimpin oleh ketua tim keamanan pangan, yang bertanggungjawab untuk memastikan penerapan dan pemeliharaan system manajemen keamanan pangan yang ditetapkan.
3. Menetapkan struktur organisasi Perusahaan.
4. Mengesahkan manual sistem manajemen keamanan pangan.

**Direktur**

1. Berkomitmen tinggi terhadap penerapan sistem manajemen keamanan pangan dengan menetapkan kebijakan keamanan pangan dan sasaran mitra dan keamanan pangan.
2. Bertanggungjawab penuh atas pelaksanaan manajemen dan kelangsungan Perusahaan.
3. Bertanggungjawab terhadap pelaksanaan rapat tinjauan manajemen secara periode waktu tertentu yang ditetapkan.
4. Menetapkan struktur organisasi Perusahaan
5. Mengesahkan manual system manajemen keamanan pangan.
6. Menentukan anggaran operasional Perusahaan
7. Melaporkan segala kegiatan kepada direktur utama
8. Memastikan semua prosedur berjalan dengan baik dan sesuai.

**Tim Keamanan Pangan**

## Ketua

1. Bertanggungjawab terhadap penerapan dan keberlangsungan system manajemen keamanan pangan di Perusahaan.
2. Mengelola tim keamanan pangan dan mengatur pekerjaan
3. Memastikan Pendidikan dan pelatihan yang relevan dari anggota tim keamanan pangan.

4. Menyusun, menetapkan, dan memelihara proses yang dibutuhkan untuk system manajemen keamanan pangan serta melakukan pembaharuan jika diperlukan.
5. Melaporkan ke direktur atas unjuk kerjaan efektivitas system manajemen keamanan pangan serta kebutuhan untuk peningkatan.
6. Menjadi penghubung dengan pihak luar Perusahaan yang berkaitan dengan system manajemen pangan.

#### Anggota

1. Membantu ketua untuk menyusun, menetapkan, menerapkan dan memelihara proses yang dibutuhkan untuk system manajemen keamanan pangan serta melakukan pembaharuan jika diperlukan.
2. Melaporkan kepada ketua atas unjuk dan efektifitas system manajemen keamanan pangan serta kebutuhan untuk peningkatan.

#### **Kepala Bagian Pembelian**

1. Bertugas dan bertanggungjawab terhadap proses pembelian untuk memenuhi kebbutuhan Perusahaan untuk produksi.
2. Melaksanakan pembelian untuk menunjang seluruh bagian dengan mendapat bahan baku/penolong dengan harga murah, mutu tinggi pengiriman tepat waktu.
3. Melakukan koordinasi ke seluruh bagian yan membutuhkan bahan dan barang.
4. Melaporkan semuan kegiatan kepada manajemen setiap minggu.



### **Kepala Bagian Gudang**

1. Bertanggung jawab atas pelaksanaan persediaan bahan baku untuk serta barang-barang untuk pengemasan.
2. Memberikan laporan secara tertulis baik harian maupun bulanan dan tahunan terhadap keluar/masuknya barang digudang. Menempatkan barang di Gudang dengan susunan yang baik sesuai tipe dan jenis barang.
3. Mmperoleh temuan-temuan yang dianggap perlu kepada bagian pemasaran agar dapat dievaluasi lebih lanjut.

### **Kepala Bagian Produksi**

1. Bertanggung jawab terhadap kelangsungan produksi mulai dari bahan baku sampai produk akhir.
2. Berkewajiban mengarahkan, menasehati personal yang menjadi tanggung jawabnya.
3. Menyusun rencana produksi dan memantau pelaksanaannya sehingga proses produksi berlangsung sesuai waktu, jumlah, dan persyaratan yang telah ditentukan.
4. Memastikan dan bertanggung jawab terhadap mesin-mesin dan sarana produksi lainnya dalam kondisi baik untuk melaksanakan proses produksi.
5. Bertanggung jawab terhadap prinsip-prinsip keselamatan kerja.
6. Bertanggung jawab terhadap peralatan perawatan produksi.
7. Bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan pabrik.
8. Berwenang melaporkan kendala yang ada kepada wakil manajemen.
9. Membuat jadwal perawatan dan melakukan perawatan mesin

10. Menjamin keamanan dan keselamatan penggunaan seluruh fasilitas Perusahaan serta menjaga dan memelihara peralatan.
11. Bertanggung jawab atas ketersediaan suku cadang yang disimpan.
12. Melakukan perbaikan mesin yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya.

#### **Kepala Bagian *Quality Control***

1. Bertanggung jawab penuh atas kualitas produk sehingga produk yang dihasilkan Perusahaan layak untuk diedarkan.
2. Mengarahkan dan membina pelaksanaan QC kepada personal bawahannya.
3. Mmbuat jadwal dan melaksanakan proses kalibrasi dan tera peralatan pengukuran.
4. Melakukan Analisa terhadap kualitas dan keamanan pangan bahan. Bahan-bahan kemas, bahan penolong, serta produk akhir.

#### **Kepala Bagian HRD**

1. Menentukan criteria kompetensi karyawan sesuai dengan bidangnya.
2. Melaksanakan seluruh pekerjaan yang berkaitan dengan sumber daya manusianya.
3. Melakukan evaluasi terhadap karyawan yang telah mengikuti pelatihan
4. Membuat laporan kegiatan/evaluasi dari karyawan yang bekerja di Perusahaan.
5. Memastikan peningkatan kompetensi karyawan dengan program pelatihan internal dan eksternal.

### **Kepala Bagian Pemasaran**

1. Bertanggung jawab penuh terhadap produk yang akan dipasarkan.
2. Memberikan masukan kepada manajemen tentang keadaan pasar dalam rangka pemasaran.
3. Memonitor kepuasan pelanggan dalam bentuk kuisisioner terhadap pemakaian produk.
4. Melaporkan temuan-temuan di lapangan untuk dibahas dan ditindak lanjut.
5. Melaksanakan program promosi sebagai penunjang untuk pemasaran.
6. Mengarahkan dan membina seluruh jajaran penjualan untuk pengembangan volume penjualan.

### **Kepala Bagian Tehknik**

1. Bertanggung jawab atas mesin

## **5. Sejarah Berdirinya PT KOI**

Berdirinya pabrik kelor PT Kelor Organik Indonesia berawal dari penelusuran cara mengatasi stunting atau malnutrisi. Kemudian lahirlah Gerakan tanam dan konsumsi kelor yang sudah berjalan cukup baik dan akhirnya kini berkembang menjadi pengolahan dan pusat pembelajaran kelor organic terbesar di Asia Tenggara.

Awal mulanya PT KOI ini adalah usaha masyarakat blora untuk mengatasi kasus stunting yang tinggi. Ditemukanlah hasil bahwa kelor merupakan super food kaya nutrisi. Yang bisa memberi Solusi peningkatan gizi untuk mengatasi stunting.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> <https://ptkoi.com/pabrik-kelor-pt-koi-pengolahan-kelor-terbesar-asia-tenggara/>, diakses pada tanggal 13 februari 2024 pada pukul 10:57

PT KOI merupakan Perusahaan pertama dan terbesar di asia Tenggara yang mengembangkan daun kelor untuk dijadikan berbagai produk. PT KOI merupakan singkatan dari PT. Kelor Organik Indonesia, didirikan sebagai Perusahaan yang berfokus pada pengolahan daun kelor.

PT. Kelor Organik Indonesia memiliki fasilitas pembelajaran budidaya kelor yang lengkap, Termaksud sampai pada pembelajaran pemasaran produk olahan kelor. Para peserta yang lulus akan diberikan izin menanam 1000 pohon kelor atau sebesar 0,1 hektar di atas lahan Perusahaan sebagai mitra pembudidayaan kelor. Selain itu, seluruh mitra dapat meminjam fasilitas pengering dengan system pengucian nutrisi. Demikian untuk pemasaran, para mitra dapat belajar di pusat pembelajaran Perusahaan atau secara online di situs e-learning Perusahaan.<sup>33</sup>

#### B. Strategi Pengembangan Produk Olahan Kelor

Strategi dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan bisa diperoleh melalui pelaksanaan yang tepat dan juga merupakan rencana yang disatukan secara menyeluruh dan terpadu guna mengaitkan keunggulan strategi perusahaan. Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dijalankan dalam menghadapi yang berkemungkinan akan merubah sebuah produk ke arah yang lebih baik agar bisa memberikan manfaat maupun kepuasan yang lebih tinggi. Karna produksi merupakan suatu hal yang primer dalam kehidupan. Pengembangan produk

---

Asep Muljawan "Struktur Organisasi Perguruan Tinggi Yang Sehat Dan Efisien", *Jurnal Tahdzibi* vol. 4 no. 2 (November 2019). [Http://jurnal.umj.ac.id/index.php/Tahdzibi](http://jurnal.umj.ac.id/index.php/Tahdzibi) (Diakses 8 Maret 2024)

<sup>33</sup>Bere, Sigiranus, "kualitas terbaik di dunia, daun kelor asal timor diburu pembeli mancanegara," *Kompas.com*, 13februari2024.

<https://regoinal.kompas.com/read/2015/01/28/10563671/kualitas.terbaik.di.Dunia.daun.kelor.asal.ti.mor.diburu.pmbeli.mancanegara>.

Irdha Yanti Musyawarah, Desi Idayanti "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju", *Jurnal ilmiah ilmu manajemen* vol. 1 no 1

bisa dijalankan oleh personalia dalam perusahaan dengan system mengembangkan produk baru dengan menyesuaikan model- model yang sesuai. Ada beberapa cara yang dapat perusahaan lakukan dalam pengembangan produk yaitu:

1. Penciptaan ide Pengembangan produk baru

diawali dengan menciptakan ide yang merupakan pencarian sistematis untuk ide produk yang baru. pengusaha kadang kalanya mempunyai beberapa ide baru untuk bisa mendapatkan sedikit ide yang baik. Tujuan dari penciptaan ide ini adalah menghasilkan ide yang cukup banyak. Ide baru ini harus dipertimbangkan apakah ide ini flexible atau layak untuk diproses, jika ide ini layak maka diteruskan tapi jika tidak maka dihentikan (drop).<sup>34</sup>

Dan PT Kelor Organik Indonesia sendiri juga sejak 2 tahun belakangan ini mengalami pengembangan produk olahan kelor yang awalnya PT Kelor Organik Indonesia hanya memproduksi produk olahan kelor seperti the celup, dan obat-obatan herbal kini PT Kelor Organik Indonesia juga sudah memproduksi produk olahan kelor seperti kosmetik dan skincare.

Berikut tabel produk olahan PT Kelor Organik Indonesia.

**Tabel 4.1**  
**Jenis Produk PT.KOI**

No	Jenis
1.	Tepung Kelor
2.	Moringa Green Tea
3.	Kapsul Kailef

<sup>34</sup> Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (JURIMA) - Vol. 3 No. 2 Agustus 2023

4.	Moringa Leaf Powder 250g
5.	Moringa Coffe Original
6.	Teh Celup Kelor
7.	Kapsul Tepung Kelor
8.	Tepung Kelor Nano

Untuk memperkuat pendapat dari pihak Perusahaan, peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak Moh.Abid selaku manajer bagian Gudang dan produksi di PT Kelor Organik Indonesia.

“Memang sejak 2 tahun terakhir PT Kelor Organik Indonesia mengalami pengembangan produk olahan kelor Dimana terdapat beberapa produk olahan seperti Moringa Tea, Moringa Giugur Original, Moringa Coffe Orginal”.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dipaparkan oleh informan diatas. Penulis menyimpulkan bahwa produk yang dikeluarkan oleh PT Kelor Organik Indonesia memiliki kualitas terbaik Dimana sebelum melakukan pengembangan produk nya PT Kelor Organik Indonesia selalu memperhatikan pohon kelor sebelum waktu panen tiba, dan mengecek daun kelor tersebut apakah tidak terserang hama, jika tidak terserang hama kelor tersebut siap untuk diproduksi. Sehingga dengan Upaya ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun mutu dari produk ini adalah memberikan manfaat bagi konsumen karena kandungan unsur gizi dalam daun kelor adalah 7 kali vitamin C dalam buah jeruk, 4 kali vitamin A dalam wortel, 4 kali kalsium dalam susu, 3 kali kalium dalam pisang, 3 kali zat besi dalam bayam, dan 2 kali protein yang terdapat dalam yoghurt atau protein dalam sebutir telur.

Berikut beberapa produk PT Kelor Organik Indonesia:



Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa produk yang dihasilkan PT Kelor Organik Indonesia berfokus pada produk olahan yang berbahan dasar tanaman kelor. Dalam hal ini PT Kelor Organik Indonesia juga bisa menyesuaikan keinginan dari konsumen. Adapun bahan yang digunakan PT Kelor Organik Indonesia adalah merupakan tanaman kelor dengan kualitas terbaik. Berikut adalah hasil wawancara dengan bapak Moh.Abid selaku Manejer Gudang dan produksi mengatakan:

“Produk yang kami tawarkan merupakan produk yang berkualitas, dengan menjaga kualitas pemilihan tanaman kelor yang digunakan.”<sup>35</sup>

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa produk merupakan sebuah kebijakan yang diambil oleh Perusahaan didalam menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh Perusahaan kepada konsumen. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh Perusahaan kepada konsumen dan Perusahaan berusaha menyediakan produk dengan kebutuhan calon pembelinya.

---

<sup>35</sup> Moh.Abid selaku manajer Gudang dan produksi di PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis Di PT Kelor Organik Indonesia (29 januari 2023)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>36</sup>

## 2. Penyaringan ide

Tujuan penyaringan ide adalah menemukan ide dalam jumlah yang tidak sedikit. maksud dari tahapan ini yaitu menurunkan jumlah tersebut. Tahap pertama dalam proses pengurangan ide adalah penyaringan ide (idea screening), yaitu menemukan ide untuk menciptakan ide yang baik dan menyingkirkan ide yang kurang baik. Dalam hal ini produsen bisa menghasilkan ide-ide baik yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

## 3. Pengembangan dan pengujian konsep

Setelah ide disaring dilakukan Langkah selanjutnya adalah memperkenalkan model produk baru kemudian diperlihatkan kepada konsumen, dan mengadakan survei terhadap pendapat konsumen pada produk baru tersebut.

## 4. Pengembangan strategi pemasaran

Dalam ini perusahaan merencanakan strategi pemasaran produk baru dengan menggunakan segmentasi pasar tertentu, serta cara informasi yang digunakan.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Hendri Sukotjo Dan Sumanto Radx A. “Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya” Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 1, No. 2 (2010)

<sup>37</sup> ibid



Sebagaimana yang dijelaskan oleh bapak Moh.Abid selaku bagian Gudang dan produksi mengatakan:

“Untuk meningkatkan hasil pemasaran kelor strategi yang digunakan adalah dengan menentukan harga dalam menjual hasil produksi kelor sesuai dengan harga pemasaran kelor pada umumnya. Perusahaan kami tidak menjual produknya dengan harga yang rendah karena akan merugikan Perusahaan. Karena harga yang telah ditetapkan oleh Perusahaan kami telah sesuai dengan manfaat kelor yang sudah diproduksi dan juga telah sesuai dengan kualitas produk nya”.<sup>38</sup>

Harga juga dapat dikatakan sebagai sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa. Sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk menukarkannya dengan keuntungan untuk memperoleh barang dan jasa. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.

Untuk memperkuat pendapat dari pihak perusahaan, peneliti melakukan wawancara dengan ibu Minarti selaku konsumen dari PT Kelor Organik Indonesia mengatakan:

“Bahwa harga produk yang dijual oleh PT Kelor Organik Indonesia sangat terjangkau oleh Masyarakat, karena harganya relatif sama dengan produk

---

<sup>38</sup> Moh.Abid selaku manajer Gudang dan produksi di PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis Di PT Kelor Organik Indonesia (29 januari 2023)

rumahan lainnya dan cenderung stabil, tetapi yang membuat heran karena belakangan minat masyarakat terhadap olahan kelor mulai menurun.”<sup>39</sup>

Dimana Perusahaan membuat beberapa ketentuan dengan memberikan penetapan harga pada kelor yang sudah di produksi seperti teh kelor 40g dengan harga 25.000, kopi kelor 250g dengan harga 40.000, tepung kelor 250g dengan harga 85.000 dan tepung memiliki ukuran 50g dengan harga 25.000<sup>40</sup>

Pengembangan produk harus dibuat agar dapat mempertahankan dan meningkatkan Daya saing. Pengembangan produk merupakan salah satu Langkah perusahaan agar dapat tetap bertahan dan mengembangkan produk untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Halhal yang termasuk di dalam pengembangan produk adalah penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, labeling, cap tanda (branding), pembungkus (packaging), dan sebagainya untuk menyesuaikan selera yang sedang tumbuh.

Jadi pengembangan produk yang ditawarkan untuk meningkatkan daya saing di masyarakat yaitu memproduksi sebuah produk baru agar perkembangan Perusahaan tersebut semakin meningkat dan dapat bertahan dalam menyambut persaingan dengan perusahaan lain. Ada 5 cara yang digunakan dalam mengembangkan produk untuk meningkatkan daya saing diantaranya: produk baru bagi dunia, lini produk baru, perluasan lini, penyempurnaan produk yang sudah ada, repositioning, dan pengurangan biaya.

---

<sup>39</sup>Marni selaku konsumen yang menggunakan produk olahan kelor, wawancara oleh penulis di jln.tanderante, Palu Barat (12 januari 2024)

<sup>40</sup> Moh.Abid manajer Gudang dan produksi PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis di PT Kelor Organik Indonesia, Kota Palu (29 januari 2024)

Dan PT Kelor Organik Indonesia sendiri juga sejak 2 tahun belakangan ini mengalami pengembangan produk olahan kelor yang bisa dikatakan cukup pesat yang awalnya PT Kelor Organik Indonesia hanya memproduksi produk olahan kelor seperti Teh celup, dan obat-obatan herbal kini PT Kelor Organik Indonesia juga sudah memproduksi produk olahan kelor seperti kosmetik dan skincare.

Beriku data penjualan dari PT Kelor Organik Indonesia:

### **Penjualan Per Barang (Kuantitas)**

**Dari 01 jan 2022 Ke 31 des 2022**

<b>Keterangan Barang</b>	<b>Satuan</b>	<b>1 jan – 31 des 2022</b>
Tepung Kelor	Kg	8.882,30
Kapsul Kaileaf	Pcs	2.156,00
Moringa Green Tea	Pcs	1.805,00
Moringa Leaf Powder 250 g	Pcs	650,00
Teh Celup Pouch	Pcs	448,00
Moringa coffe Original	Pcs	234,00
Daun kelor kering	Kg	187,00
Kapsul tepung kelor	Pcs	115,00
Tepung kelor nano	Kg	100,00
Moringa gin ger original	Pcs	53,00
Moringa gin ger infusion	Pcs	43,00
Biji kelor	Kg	18,00
Saphire moringa green tea	Pcs	12,00

Moringa pandanus gin ger	Pcs	9,00
Saphira moringa Oolong tea	Pcs	7,00
Moringa tamarind turmeric	Pcs	6,00
Saphire moringa black tea	Pcs	5,00
Moringa coffe original bulk	Pcs	2,00
Moringa dry leaves	Pcs	1,00
Kaileaf seed oil 10 ml	Btl	0,20

**Sumber : Moh.Abid Manajer Gudang dan produksi**

PT Kelor Organik Indonesia

**Penjualan Per Barang (Kuantitas)**

**Dari 01 jan 2023 ke 31 des 2023**

<b>Keterangan Barang</b>	<b>Satuan</b>	<b>1 jan – 1 des 2023</b>
Tepung Kelor	Kg	4.062,00
Moringa green tea	Pcs	1.151,00
Daun kelor kering	Kg	583,60
Teh celup kelor	Pcs	395,00
Moringa leaf powder 250 g	Pcs	304,00
Moringa coffe original	Pcs	249,00
Moringa leaf powder 100 g	Pcs	230,00
Moringa gin ger original	Pcs	173,00
Kapsul tepung kelor	Pcs	100,00

Kapsul kaileaf	Pcs	45,00
Kaileaf seed oil 20 ml	Btl	10,00
Kaileaf seed oil 10 ml	Btl	9,00
Kaileaf seed 60 ml	Btl	6,00
Biji kelor	Kg	3,00
Minyak biji kelor	L	2,50

**Sumber : Moh.Abid Manajer Gudang dan produksi**

### C. Analisis SWOT PT Kelor Organik Indonesia

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan

(opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.<sup>41</sup>

Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Weaknesses (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi Opportunities (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. Threats (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

#### 1) Strengths (kekuatan)

Adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/ kapabilitas/ sumberdaya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani ancaman.<sup>42</sup>

Untuk memperkuat pendapat diatas maka penulis melakukan wawancara dengan bapak Moh.Abid selaku manejer Gudang dan produksi mengatakan:

“Bahwa PT Kelor Organik Indonesia sendiri memiliki kekuatan yang terletak pada cara pengolahan produk kelor itu sendiri, mulai dari penanaman yang organik, yang dibuktikan dengan adanya sertifikat organik dari ceres, pengolahan produk yang sudah tersertifikasi iso 2022 dan Haccp, sehingga

---

<sup>41</sup> Istiqomah dan Irsad Andriyanto *ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)* Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Desember 2017 No 2

<sup>42</sup> ibid

menjamin kualitas dari produk yang dihasilkan oleh PT Kelor Organik Indonesia Sendiri.”<sup>43</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa kekuatan dari PT Kelor Organik Indonesia terletak dari cara pengolahan produknya yang Dimana PT Kelor Organik Indonesia sangat menjaga kualitas produknya mulai dari penanaman hingga pengolahan nya, sehingga produk nya sangat terjamin bahan dan juga kualitas nya.

## 2) Kelemahan (Weakness)

adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi/kapabilitas/sumberdaya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.

Untuk memperkuat pendapat diatas maka penulis melakukan wawancara dengan bapak Moh.Abid selaku manejer Gudang dan produksi mengatakan:

“Bahwa PT Kelor Organik Indonesia sendiri memiliki kelemahan belum menemukan market pasar yang begitu luas.”<sup>44</sup>

Dari hasil wawancara diatas penulis menyimpulkan bahwa PT Kelor Organik Indonesia memiliki kelemahan karna belum adanya market atau target pasar yang begitu luas, sehingga ini menjadi salah satu penyebab menurunnya penjualan produk dari PT Kelor Organik Indonesia.

---

<sup>43</sup> Moh.Abid manajer Gudang dan produksi PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis di PT Kelor Organik Indonesia, Kota Palu (29 januari 2024)

<sup>44</sup> Moh.Abid manajer Gudang dan produksi PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis di PT Kelor Organik Indonesia, Kota Palu (29 januari 2024)

### 3) Peluang (Opportunity)

adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Misal, ada segmen pasar tertentu yang belum dimasuki pemain lain, secara umum akan menjadi peluang bagi organisasi manapun yang berhasil melihat pasar tersebut<sup>45</sup>

Untuk memperkuat pendapat di atas maka penulis melakukan wawancara dengan bapak Moh.Abid selaku manajer Gudang dan produksi mengatakan:

“Dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia dapat merangkul petani-petani kelor yang ada, sehingga dengan membudidayakan kelor mereka dapat memiliki penghasilan tambahan.”<sup>46</sup>

Sehingga dari sini penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia dapat membuka lapangan pekerjaan bagi para petani kelor yang ada dan bisa merangkul Masyarakat untuk tetap membudidayakan kelor mereka.

### 4) Ancaman (Threat)

adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan

---

<sup>45</sup> Istiqomah dan Irsad Andriyanto *ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)* Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Desember 2017 No 2

<sup>46</sup> Moh.Abid manajer Gudang dan produksi PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis di PT Kelor Organik Indonesia, Kota Palu (29 Januari 2024)



merasa dirugikan/ dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.<sup>47</sup>

Untuk memperkuat pendapat diatas maka penulis melakukan wawancara dengan bapak Moh.Abid selaku manejer Gudang dan produksi mengatakan:

“Untuk ancaman sendiri yaitu PT Kelor Organik Indonesia belum memili atau belum menemukan market/buyer yang dapat menampung hasil produksi dari PT Kelor Organik Indonesia dalam jumlah yang besar.”<sup>48</sup>

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat.

Berdasarkan ukuran di atas, ada hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan analisis SWOT, yaitu :

1. Analisis SWOT bisa sangat subjektif, oleh karena itu dua. orang menganalisis sebuah perusahaan yang sama, tetapi menghasilkan SWOT yang berbeda.
2. Pembuat analisis harus realistis dalam menjabarkan kekuatan. dan kelemahan internal. Kelemahan yang disembunyikan atau kekuatan yang tidak terjabarkan akan membuat arahan strategi menjadi tidak bisa digunakan.

---

<sup>47</sup> Istiqomah dan Irsad Andriyanto *ANALISIS SWOT DALAM PeNgemBANgAN BISNIS (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)* Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Desember 2017 No 2

<sup>48</sup> Moh.Abid manejer Gudang dan produksi PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis di PT Kelor Organik Indonesia, Kota Palu (29 januari 2024)

3. Analisis harus didasarkan atas kondisi yang sedang terjadi, bukan situasi yang seharusnya terjadi.
4. Hindari “grey areas”. Hindari kerumitan yang tidak perlu dan analisis yang berlebihan.<sup>49</sup>

#### D. Manfaat Ekonomi Bagi Masyarakat

Pemanfaatan daun kelor menjadi berbagai olahan baik makanan maupun minuman merupakan langkah luar biasa yang dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Palu khususnya pada Kelurahan Tipo Kecamatan Ulujadi. Selain bahan yang mudah di dapatkan, daun kelor juga memiliki khasiat yang luar biasa dengan berbagai manfaat mulai dari anti mikroba, menjaga daya tahan tubuh, anti diabetes. sehingga hal tersebut pastinya menjadi daya Tarik bagi masyarakat selain dapat dikonsumsi sebagai ramuan kesehatan, juga dapat di jual untuk menambah nilai plus bagi masyarakat selama masa tunggu panen.<sup>50</sup>

Untuk memperkuat pendapat diatas maka penulis melakukan wawancara dengan bapak Moh.Abid selaku manejer Gudang dan produksi mengatakan:

“Dengan adanya PT Kelor Organik Indonesia dapat membuka lapangan pekerjaan untuk warga sekitar khususnya yang memiliki pohon kelor, mereka dapat menjual daun kelor kepada PT Kelor Organik Indonesia dan bagi ibu-ibu juga bisa kerja sebagai pekerja hanya dengan melakukan lorot kelor saja.”<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Istiqomah dan Irsad Andriyanto *ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)* Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Desember 2017 No 2

<sup>50</sup> Ali Hamdan, Ihda Fauziatunnisa *Peningkatan Ekonomi Melalui Pemanfaatan Daun Kelor Di Desa Jetakwanger Kabupaten Blora* Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Maret 2023 No 1

<sup>51</sup> Moh.Abid manajer Gudang dan produksi PT Kelor Organik Indonesia, wawancara oleh penulis di PT Kelor Organik Indonesia, Kota Palu (29 januari 2024)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Daun Tanaman Kelor dapat dimanfaatkan menjadi olahan pangan, unit herbal, kosmetik dan skincare yang kaya akan antioksidan dan protein.
2. Hasil riset ilmiah modern membuktikan bahwa daun kelor adalah salah satu sumber pangan nabati yang kaya akan kandungan gizi. Kandungan unsur gizi dalam daun kelor adalah 7 kali vitamin C dalam buah jeruk, 4 kali vitamin A dalam wortel, 4 kali kalsium dalam susu, 3 kali kalium dalam pisang, 3 kali zat besi dalam bayam, dan 2 kali protein yang terdapat dalam yoghurt atau protein dalam sebutir telur.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka penulis mengemukakan saran yang bermanfaat untuk PT KOI di Kota Palu.

1. Pemerintah perlu meningkatkan edukasi pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan dan penggunaan daun kelor yang tepat dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari – hari untuk meningkatkan kondisi dan daya tahan tubuh secara optimal.
2. Faktor – faktor alasan konsumen yang paling umum dalam membeli produk olahan daun kelor dapat dijadikan motivasi produsen untuk terus memproduksi produk olahan daun kelor secara konsisten.
3. Produk olahan daun kelor dapat disimpulkan berpotensi menjadi bisnis yang berkelanjutan karena daun kelor tidak bersifat musiman atau hanya

intensif dan diperlukan pada masa pandemi covid -19 saja, namun dapat menjadi asupan gizi dalam kehidupan sehari – hari dan tidak semua masyarakat mampu mengelolah daun kelor dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ain,R.N. (2022,Agustus 24). Kelor si daun mini yang kaya gizi. *Cyber Extension Pusluhtan Kementan* Oyenyinka and Oyenyinka (2016) Gopalakrishnan, Doriya, and Kumar(2016)
- Aminah, S., Ramadhan, T., & Yanis, M (2015) Potensi usaha kelor (Moringa oliefera Lam.) untuk menurunkan kejadian stunting
- Amri, Z (2020) Analisis nilai tambah daun kelor di desa kayangan kecamatan balai jaya kota kabupaten rokan hilir riau (Universitas Muhammadiyah)
- Anggraeni, R., Abdurahman., & Eikman, A(2022) Strategi pemasaran industry kelor PT Tri Utami Jaya untuk menembus pasar internasional. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 3(1);59-71
- Angriani, D (2022). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Berawi, K.N., Wahyudo, R, & Pratama, A.A (2019)
- Adelia Priscila Ritonga, Nabila Putri Andini, Layla Iklamah ( Jurnal multidisplin Dehasen Vol.1 No 3 Juli 2022) “Ilmiawan, Arif Vol 2.No 3( November 2018)
- Abdullah dan Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: PT Salemba Empat,2011), 153 Riyono, Jurnal STIE Semarang, Vol.8, No 2,Edisi Juni 2016
- Asep Muljawan “Struktur Organisasi Perguruan Tinggi Yang Sehat Dan Efisien”, *Jurnal Tahdzibi* vol. 4 no. 2 (November 2019).  
[Http://jurnal.umj.ac.id/index.php/Tahdzibi](http://jurnal.umj.ac.id/index.php/Tahdzibi) (Diakses 8 Maret 2024)

Anggriani, Reni. “*Strategi pemasaran industry kelor PT TRI Utami Jaya Untuk Menembus Pasar Internasional,*” Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram (2022), 1.

Fajar Nur’aini Dwi Fatimah, “Teknik Analisis SWOT” (Yogyakarta,2020)

Gugun Mangesa, Wahyuni Adda, dan Betty Betty, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 3, No 2 Juni 2023 Ainur Ridha Roheim-1-62

Gugun Mangesa, Harnida Wahyuni Adda, dan Betty Betty “Management Departement, Faculty Of Economics and Business, Tadulako University, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 3, No 2 Juni 2023

Hendri Sukotjo Dan Sumanto Radix A. “*Analisa Mareting Mix-7p (Produk, price, Promotion, place, Partisipan, Process, Dan Physical Evidemce)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya” Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 1, No 2 (2010)

<https://www.liputan6.com/regional/read/5006904/saatnya-kelor-di-kota-palu-jadi-komoditas-yang-menyejahterakan>, diakses pada tanggal 06 Agustus 2023 pada pukul 22:29

<https://ptkoi.com/pabrik-kelor-pt-koi-pengolahan-kelor-terbesar-asia-tenggara/>, diakses pada tanggal 13 february 2024 pada pukul 10:57

Irdha Yanti Musyawarah, Desi Idayanti “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju”, *Jurnal ilmiah ilmu manajemen* vol. 1 no 1

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka,2008) h.916 diakses pada tanggal 2 agustus 2023 pukul 19.12

“[www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15253/Daun-Kelor-Segudang-Manfaat-Untuk-Kesehatan-dan-Perekonomian.html](http://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15253/Daun-Kelor-Segudang-Manfaat-Untuk-Kesehatan-dan-Perekonomian.html), diakses pada tanggal 3 agustus 2023 pada pukul 19.43

“Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka, 2007) h,845 diakses pada tanggal 2 agustus 2023 pukul 19.12

“Kompas.com, Apa Itu Analisis dan Pengembangan Produk, diakses tahun 2023 pada website.com

Mathew B Miles, and Huberman, Michael *Qualitatif Data Analysis*, 1948  
Diterjemahkan oleh Emzir

Maria Nurhayaty “*Strategi Mix Marketing (Product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis*”  
Jurnal Media Teknologi, 8 No.2 (2022)

Mariza Shabastian Dan Hatane Samuel. “*Pengaruh Strategi Harga Dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalitas Di Tator Café Surabaya Town Square*”  
Jurnal Manajemen Pemasaran 1, No. 1, (2013): 2

Marceline Livia Hedynata, Wirawan E.D.Radianto, “*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*” Jurnal  
Manajemen Dan Start-Up Bisnis 1, No. 1 (2016): 89

Restu Kartika Widi, *Asus Metodologi Penelitian* (Yogyakarta:Graha Ilmu,2010)

Risma Yani, Rini Mastuti, Cut Gustiana “*Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Produksi Teh Herbal Alami Daun Kelor (Moringa oleifera) CV, ATLANTIC Aceh Utara,*” *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* Program Studi Agribisnis Universitas Samudra, Kota Langsa, Aceh.

Sterri Nancy Sendouw, Djurwati Soepeno, “*Strategi Promosi Dan Saluran Distribusi Yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Astra Internasional Tbk. Daihatsu Manado*” *Jurnal Emba*, 6 No.3 (2018): 1090-1088-109





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU  
جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-450798, Fax. 0451-450185.  
Website : www.uindatokarama.ac.id email: [hras@uindatokarama.ac.id](mailto:hras@uindatokarama.ac.id)

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : ANAZILA  
TTL : Surumara, 21 September 2002  
Jurusan : ekonomi syariah  
Alamat : Jl. Jenderante  
NIM : 205120056  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Semester : VI  
HP : 0831-6634-2255

- Judul :
- Judul I : Analisis Swot Dalam Pengembangan Produk olahan kelor Cstudi Pada PT kol tips kecamatan uwajadi kota Palu
  - Judul II : Praspaktif ekonomi dalam terhadap usaha ukem Produk karajinan kerajinan kursi rotan Dalam Kecamatan Ekonomi rumah tangga Cstudi di Sungai Lawara Ujuna, kec Palu barat, kota Palu
  - Judul III : Pengaruh discount dan cashback terhadap minat beli kembali di tokoh creasida

Palu, 09 Mei 2023  
Mahasiswa,

*Anazila*  
Anazila  
NIM: 20.5.12.0056

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : *Nbay*  
Pembimbing II : *Ferhatawan, M. Pd.*  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN KELEMBAGAAN,

Ketua Jurusan,

*Dr. Ernawati*  
Dr. Ernawati, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19770331 200312 2 002

*Nursyamsu*  
Nursyamsu, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19860507 201503 1 002

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU  
NOMOR : 600 TAHUN 2023  
TENTANG**

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU  
TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

- Membaca** : Surat saudara : **Anazila / NIM 20.5.12.0056** mahasiswa jurusan **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu dengan judul skripsi : **Analisis SWOT dalam pengembangan produk olahan kelor (studi pada PT.KOI Tipo, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu)**
- Menimbang** :
- a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
  - b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
  4. Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
  5. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
  6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 041606/B.II/3/2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
  7. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor : 457/Un.24/KP.07.6/12/2021 tentang Pengangkatan Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة دانوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.  
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor 406 / Un.24 / F.IV / PP.00.9 / 01 / 2024

7 / Januari 2024

Sifat : Penting

Lampiran : -

Hal : Izin Penelitian

Yth.

**Pimpinan PT. KOI**

di -

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

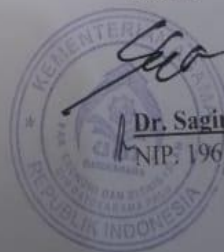
Nama : Anazila  
NIM : 20.5.12.0056  
TTL : Surumana, 21 September 2002  
Semester : VII  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Tande Rante

Untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : "ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN KELOR STUDI PADA PT. KOI KECAMATAN TIPO, KELURAHAN ULUJADI, KOTA PALU". Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian di PT. KOI Kecamatan Ulujadi.

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

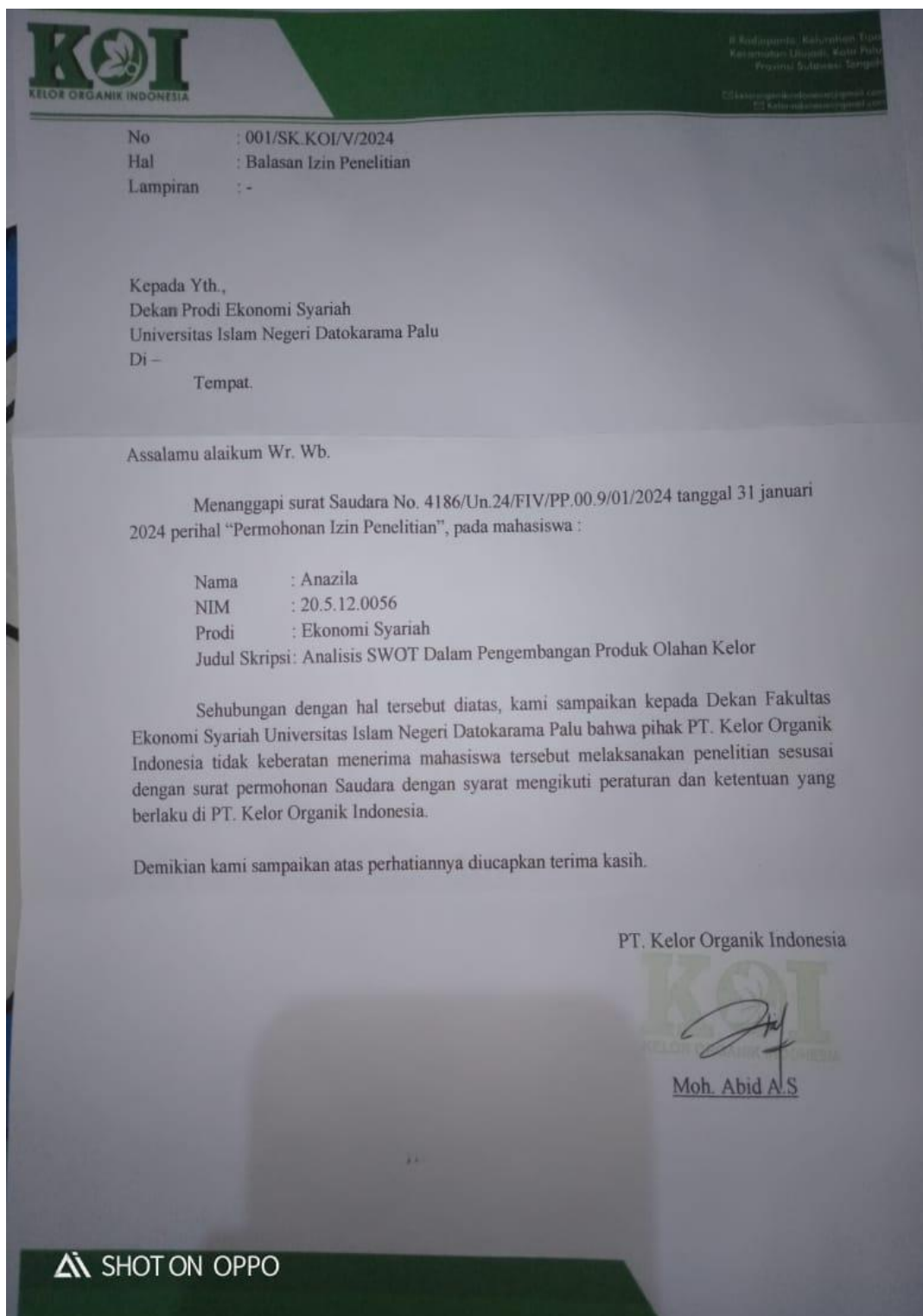
*Wassalam.*

Dekan,



**Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I**

NIP. 196506121992031004



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

Nama :Anazila  
Tempat Tanggal Lahir :Surumana, 21 September 2002  
Nim :20.5.12.0056  
Alamat Rumah :Jl.Tanderante No 11  
Email :anazilaarman@gmail.com  
Nama Ayah :Arman  
Nama Ibu :Hanija

**B. Riwayat Pendidikan**

1. SD, Tahun Lulus :SDN 1 Watatu, 2014
2. SMP/MTs, Tahun Lulus :SMP Negeri 2 Banawa Selatan, 2017
3. SMA/MA, Tahun Lulus :SMA Negeri 1 Banawa Selatan, 2020

## DOKUMENTASI

### 1. Gedung PT. Kelor Organik Indonesia Kota Palu



### 2. Wawancara Dengan Bapak Moh. Abid selaku Menejer Produksi PT. Kelor Organik Indonesia

