



Strategi Pengembangan Produk Piring Biodegradable melalui Analisis SWOT pada Piring Daun Jati JEcoware

Bacellia Yolanda Bomboa^{1*}, Fashya Khoerunnisa², Awin Mulyati³

^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

E-mail: yolanda.bombo04@gmail.com¹, fashyakhoeurnisa01@gmail.com², awin@untag-sby.ac.id³

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya

*Korespondensi penulis: yolanda.bombo04@gmail.com

Abstract. JEcoware is an eco-friendly innovation in the form of biodegradable plates made from teak leaves and recycled cardboard. This product was developed to address the growing problem of plastic waste, particularly in the household and food industry sectors. This study employs a SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the product in the market. The results indicate that the product has great potential in the eco-friendly market, despite challenges such as product durability and low public awareness. With well-directed strategies, such as technological innovation and collaboration with local farmers, JEcoware has the potential to enhance competitiveness and expand its market to the international level.

Keywords: Biodegradable Plates, Teak Leaves, SWOT Analysis.

Abstrak. JEcoware merupakan inovasi ramah lingkungan berupa piring biodegradable yang terbuat dari daun jati dan kardus bekas. Produk ini dikembangkan untuk mengatasi masalah limbah plastik yang semakin meningkat, khususnya pada sektor rumah tangga dan industri makanan. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk dalam pasar. Hasilnya menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi besar dalam pasar eco-friendly, meskipun terdapat tantangan seperti ketahanan produk dan kesadaran masyarakat yang masih rendah. Dengan strategi yang terarah, seperti inovasi teknologi dan kolaborasi dengan petani lokal, JEcoware berpeluang untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar hingga ke tingkat internasional.

Kata Kunci: Piring Biodegradable, Daun Jati, Analisis SWOT.

1. LATAR BELAKANG

Kondisi saat ini dengan banyaknya masyarakat menggunakan produk tidak ramah lingkungan dan meningkatkan banyaknya sampah di Indonesia. Kerusakan lingkungan menjadi masalah besar ketika jumlah sampah terus meningkat dan sulit untuk didaur ulang. Meningkatnya jumlah sampah dikarenakan banyaknya sampah yang dihasilkan industri rumah tangga per harinya. Di Indonesia menurut data.goodstats.id 26,2 juta ton berasal dari laporan 233 kabupaten/kota, 31,9 juta ton tercatat dari 290 kabupaten/kota, dengan 64,3% dikelola dan 35,7% tidak dikelola.

Hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat ketika sampah sulit untuk didaur ulang. Konsumen sekarang merupakan konsumen yang pintar, dimana dalam menentukan pilihan pembeliannya selalu dengan pertimbangan jangka panjang, dan lebih sadar kesehatan serta sadar lingkungan. Hal ini dapat dijadikan peluang bagi produsen untuk dapat memenuhi

keinginan konsumen serta menghasilkan produk yang ramah lingkungan atau istilah lain yaitu *green product* (Hanifah et al., 2019)

Dari sisi peluang pemasaran khususnya green marketing, produk ramah lingkungan (produk hijau) atau *green product* memiliki peluang yang besar di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Oleh karena itu, peneliti mencoba mengembangkan inovasi yang terkait dengan produk perlengkapan makanan yaitu produk sedotan ramah lingkungan. Produk ramah lingkungan sebagai temuan inovasi merupakan produk piring yang bahan utamanya terbuat dari Daun Jati dan Kardus bekas. Pada pemanfaatan daun jati sebagai bahan baku utama akan mendukung upaya pelestarian lingkungan melalui penggunaan sumber daya alam yang terbarukan.

Oleh karena itu, mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan berkelanjutan produk ini diperlukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang akan berpengaruh pada produk di pasar. Hasil dari analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan yang komprehensif dan terarah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Metode kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme atau disebut juga sebagai metode artistic, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2013). Metode ini dipilih untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh produk, serta langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

Penelitian ini bersifat eksploratif dengan fokus pada analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan yang efektif. Sehingga, data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan SWOT:

- 1) Analisis Internal (*Strengths* dan *Weaknesses*), dimana mengidentifikasi faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan produk, seperti kualitas bahan baku, proses produksi, dan nilai tambah produk.

- 2) Analisis Eksternal (*Opportunities* dan *Threats*), dimana mengevaluasi peluang pasar dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan produk, tren konsumen, dan keberadaan kompetitor.

Setelah analisis SWOT, merancang strategi pengembangan produk merupakan hal utama, seperti peningkatan kualitas produk, efisiensi proses produksi, strategi pemasaran, dan perluasan pangsa pasar. Strategi ini dirumuskan dengan mempertimbangkan relevansi pada kondisi pasar dan kapabilitas JEcoware sebagai produsen dalam bentuk Matriks SWOT yang dimana akan memberikan gambaran lebih detail terhadap peluang dan ancaman eksternal yang akan dihadapi JEcoware dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki dan disesuaikan dengan kelemahannya (Kusumah, 2020). Adapun alternatif strategi dari Matriks SWOT:

- 1) **Strategi SO** : menggunakan strength di internal perusahaan untuk mengambil opportunity dari eksternal perusahaan.
- 2) **Strategi WO** : memperbaiki weakness di internal perusahaan dengan mengambil manfaat dari opportunity dari eksternal perusahaan.
- 3) **Strategi ST** : menggunakan strength perusahaan untuk menjauhi/mengurangi dampak threat dari eksternal perusahaan.
- 4) **Strategi WT** : strategi bertahan untuk mengurangi weakness dan menjauhi threat dari eksternal perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengembangkan dan mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dari produk ini, analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor secara internal dan internal. Analisis ini bertujuan untuk memahami keunggulan yang dimiliki produk, mengidentifikasi kelemahan yang dimiliki, mengeksplorasi peluang pasar yang dapat dimanfaatkan, serta mengantisipasi ancaman yang mungkin dihadapi. Setelah pemberian strategi pengembangan perlu dijabarkan agar produk dapat meningkat dalam daya saingnya. Berikut adalah hasil analisis SWOT dan pembahasan strategi dalam bentuk Matriks SWOT:

Strengths (Kekuatan)

- 1) Dalam mengembangkan produk JEcoware piring estetik dan ramah lingkungan memiliki peluang yang besar untuk membuat produk tersebut. Dengan tanggapan positif dari masyarakat untuk menciptakan produk ramah lingkungan yang dapat mengurangi sampah.

- 2) JEcoware bekerjasama dan didukung petani jati untuk menjadi suplayer daun jati, dengan membantu petani jati dan menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi Masyarakat.
- 3) Peluang pasar yang tinggi dengan bekerja sama dengan penyuka eco-friendly yang suka menggunakan produk ramah lingkungan. Lalu dapat bekerja sama dengan restoran, catering dan hotel yang mendukung penggunaan *eco green*.

Weaknesses (Kelemahan)

- 1) Faktor cuaca dan musim yang membuat kualitas daun jati menjadi naik turun dan juga Perkebunan yang memiliki tanah yang subur. Seperti saat musim kemarau kualitas daun jati menjadi turun menjadi saat produksi daun jati menjadi mudah retak saat proses pencetakan.
- 2) Meskipun ramah lingkungan, produk ini sering kali tidak setahan lama dibandingkan dengan alternatif plastik. Beberapa produk hanya mampu bertahan dalam waktu singkat saat digunakan untuk makanan berminyak atau berair, sehingga perlu perhatian khusus dalam penggunaannya.
- 3) Harga yang terlalu tinggi dibandingkan dengan produk plastik. Dikarenakan saat produksi piring daunjati harus lebih diperhatikan untuk membuat piring yang berkualitas.
- 4) Kesadaran Masyarakat yang masih kurang dalam penggunaan produk ramah lingkungan mendajadi hambatan kita.

Opportunities (Peluang)

- 1) Peluang pasar yang tinggi, bagi Masyarakat *eco-friendly* produk kami sangat cocok untuk digunakan. Dan meningkatkan kesadaran mayarakat agar beralih menggunakan produk yang ramah lingkungan dan membantu untuk mengurangi sampah.
- 2) Inovasi teknologi yang bagus untuk memproduksi piring yang efisien saat proses produksi. Dan menjadi sektor pembuat mesin dan cetakan piring JEcoware.
- 3) Dukungan dari pemerintah yang baik dan mendukung penelitian kami agar terus berkembang dan berinovasi untuk menciptakan produk yang estetik dan ramah lingkungan.
- 4) Bekerja sama dengan petani lokal atau petani jati untuk menjadi suplayer bahan baku kami. Dan membantu memanfaatkan daun jati yang jarang digunakan oleh Masyarakat.

- 5) Peluang berkerja sama dengan pembuat pupuk kompos, dengan menggunakan sisa daun yang tidak terpakai menjadi lebih bermanfaat dan tidak meninggalkan sisa dari produksi yang tidak dipakai.
- 6) Memiliki potensi dalam pemasaran internasional, dimana terdapat banyak negara-negara yang masih mencari alternatif produk eco-friendly.

Threats (Ancaman)

- 1) Dalam penggunaan produk JEcoware memiliki keterbatasan saat menggunakan makanan yang berkuah dan berminyak cenderung membuat produk piring kami menjadi lembek dan tidak bisa digunakan berulang kali.
- 2) Produk ramah lingkungan lebih mahal dibandingkan dengan produk plastic. Dikarenakan biaya alat dan produksi cenderung lebih diperhatikan saat pembuatan piring ramah lingkungan.
- 3) Kualitas Daun Jati saat cuaca yang buruk dan tidak menentu menjadi ancaman kita saat memproduksi piring daun jati. Dan membuat produksi pembuatan piring daun jati menurun.
- 4) Kurangnya kesadaran dalam Masyarakat untuk menggunakan produk ramah lingkungan, dan cenderung menggunakan produk plastic yang mudah dijumpai di pasar. (Sakinah, 2024)

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Opportunity pada produk piring ramah lingkungan JEcoware. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak peluang yang dapat dicapai dari produk ini. Sedangkan Strengths memberikan posisi terendah dalam analisis ini, sehingga perlu adanya strategi lebih dalam pengembangan produk agar terus berada di pasar. Dari hasil tersebut, dirumuskanlah beberapa strategi pengembangan produk melalui Matriks SWOT:

- 1) **Strategi SO (Strengths-Opportunities)** : Memanfaatkan keunikan produk dan ketersediaan bahan baku untuk menembus pasar dengan fokus pada segmen konsumen yang peduli lingkungan. Kampanye pemasaran digital yang menonjolkan keunggulan ramah lingkungan dapat memperkuat posisi produk di pasar lokal maupun internasional.
- 2) **Strategi WO (Weakness-Opportunities)** : Mengembangkan teknologi produksi untuk meningkatkan kapasitas dan efisiensi proses manufaktur. Kolaborasi dengan pemerintah atau institusi lain dapat dilakukan untuk memperoleh subsidi atau dukungan terkait bahan baku dan produksi.

- 3) **Strategi ST (Strength-Threats)** : Mengelola pasokan daun jati dengan lebih baik, terutama terkait cuaca, melalui kemitraan dengan petani lokal. Selain itu, untuk menghadapi persaingan dengan menawarkan nilai tambah seperti desain yang estetis dan produk bisa terurai.
- 4) **Strategi WT (Weaknesses-Threats)** : Meningkatkan edukasi kepada konsumen dalam penggunaan produk ramah lingkungan, serta meneliti lebih lanjut dalam penggunaan bahan baku alternatif.

Maka Matriks SWOT nya adalah;

Tabel 1. Matriks SWOT

| | Strength | Weakness |
|--|---|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam mengembangkan produk JEcoware piring estetik dan ramah lingkungan memiliki peluang yang besar untuk membuat produk tersebut. Dengan tanggapan positif dari masyarakat untuk menciptakan produk ramah lingkungan yang dapat mengurangi sampah. 2. JEcoware bekerjasama dan didukung petani jadi untuk menjadi suplayer daun jati, dengan membantu petani jati dan menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi Masyarakat. 3. Peluang pasar yang tinggi dengan bekerja sama dengan penyuka eco-friendly yang suka menggunakan produk ramah lingkungan. Lalu dapat bekerja sama dengan restoran,catering dan hotel yang mendukung penggunaan <i>eco green</i>. | <ol style="list-style-type: none"> 5) Faktor cuaca dan musim yang membuat kualitas daun jati menjadi naik turun dan juga Perkebunan yang memiliki tanah yang subur. Seperti saat musim kemarau kualitas daun jati menjadi turun menjadi saat produksi daun jati menjadi mudah retak saat proses pencetakan. 6) Meskipun ramah lingkungan, produk ini sering kali tidak setahan lama dibandingkan dengan alternatif plastik. Beberapa produk hanya mampu bertahan dalam waktu singkat saat digunakan untuk makanan berminyak atau berair, sehingga perlu perhatian khusus dalam penggunaannya. 7) Harga yang terlalu tinggi dibandingkan dengan produk plastik. Dikarenakan saat produksi piring daunjati harus lebih diperhatikan untuk membuat piring yang berkualitas. 8) Kesadaran Masyarakat yang masih kurang dalam penggunaan produk ramah lingkungan mendajadi hambatan kita. |
| Opportunity | Strategi SO | Strategi WO |
| 1. Peluang pasar yang tinggi, bagi Masyarakat eco-friendly produk kami sangat cocok untuk digunakan. Dan | Memanfaatkan keunikan produk dan ketersediaan bahan baku untuk menembus pasar dengan fokus pada segmen konsumen ang peduli lingkungan. Kampanye pemasaran | 1. Mengembangkan teknologi produksi untuk meningkatkan kapasitas dan efisiensi proses manufaktur. Kolaborasi |

| | | |
|---|--|--|
| <p>meningkatkan kesadaran masyarakat agar beralih menggunakan produk yang ramah lingkungan dan membantu untuk mengurangi sampah.</p> | <p>digital yang menonjolkan keunggulan ramah lingkungan dapat memperkuat posisi produk di pasar lokal maupun internasional.</p> | <p>dengan pemerintah atau institusi lain dapat dilakukan untuk memperoleh subsidi atau dukungan terkait bahan baku dan produksi.</p> |
| <p>2. Inovasi teknologi yang bagus untuk memproduksi piring yang efisien saat proses produksi. Dan menjadi sektor pembuat mesin dan cetakan piring JEcaware.</p> | <p>Strategi ST</p> | <p>Strategi WT</p> |
| <p>3. Dukungan dari pemerintah yang baik dan mendukung penelitian kami agar terus berkembang dan berinovasi untuk menciptakan produk yang estetik dan ramah lingkungan.</p> <p>4. Bekerja sama dengan petani local atau petani jati untuk menjadi suplayer bahan baku kami. Dan membantu memanfaatkan daun jati yang jarang digunakan oleh Masyarakat.</p> <p>5. Peluang berkerja sama dengan pembuat pupuk kompos, dengan menggunakan sisa daun yang tidak terpakai menjadi lebih bermanfaat dan tidak meninggalkan sisa dari produksi yang tidak dipakai.</p> <p>6. Memiliki potensi dalam pemasaran internasional, dimana terdapat banyak negara-negara yang masih mencari alternatif produk eco friendly.</p> | <p>Mengelola pasokan daun jati dengan lebih baik, terutama terkait cuaca, melalui kemitraan dengan petani lokal. Selain itu, untuk menghadapi persaingan dengan menawarkan nilai tambah seperti desain yang estetik dan produk bisa terurai.</p> | <p>Meningktkan edukasi kepada konsumen dalam penggunaan produk ramah lingkungan, serta meneliti lebih lanjut dalam penggunaan bahan baku alternatif.</p> |

4. KESIMPULAN

Analisis terhadap produk Piring Ramah Lingkungan menunjukkan produk ini memiliki potensi pasar yang masyarakat yang mendukung masalah penggunaan plastik. Penelitian menunjukkan bahwa kekuatan produk lebih banyak ancaman dan kelemahan yang lebih besar. Dengan kesadaran masyarakat yang kurang membuat produk JEcoware susah di perjualkan di masyarakat. Tetapi dengan mengedukasi masyarakat agar beralih ke produk ramah lingkungan dan berpotensi untuk memperluas pasar lokal dan Internasional. JEcoware membuat inovasi yang kreatif dan meningkatkan minat konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Meskipun tantangan terhadap masyarakat yang masih mengutamakan produk plastik dan persaingan pasar yang ketat. Produk JEcoware piring plastik ramah lingkungan sudah berpotensi tinggi untuk menghadapi masalah lingkungan.

DAFTAR REFERENSI

- Chaffey, D. (2020). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh produk ramah lingkungan/green product dan harga terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumah, J. R. (2020, Mei). Usulan perumusan strategi perusahaan dengan analisis SWOT untuk pencapaian target penjualan cat. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(5). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Rahman, A. (2020). Pengaruh konten digital terhadap kesadaran merek UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 120-135.
- Sakinah, R. A. (2024). Ancaman lingkungan Indonesia: Jutaan ton sampah tidak terkelola di 2024. *GoodStats*. <https://data.goodstats.id/statistic/ancaman-lingkungan-indonesia-jutaan-ton-sampah-tidak-terkelola-di-2024-YzBe5>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Supriyadi, T., & Setiawan, A. (2019). Transformasi digital UMKM di Indonesia: Tantangan dan strategi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 34(2), 123-135.
- Suryani, T., & Hendrawan, R. (2019). Strategi branding pada UMKM kuliner di era digital. *Jurnal Pemasaran dan Perdagangan Indonesia*, 4(1), 45-55.
- Yuristiadhi, G., & Sari, D. (2017). Strategi branding pariwisata Indonesia untuk pemasaran mancanegara. *ETTISAL*, 2(2), 31–41.