

Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan Ptp. Nusantara Vi Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci

Muhammad Noprans

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

muhammadnoprans@gmail.com

Maulana Yusuf

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Emye1963@gmail.com

Ahmad Syahrizal

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ahmadsyahrizal@uinjambi.ac.id

Korespondensi penulis: muhammadnoprans@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine how the role of strategic management in improving product quality. The object of this research is PTP company. Nusantara VI Kayu Aro Tea Plantation Kerinci Regency. This research method is Descriptive Qualitative which is a field study that reveals, finds and explores various information about the role of strategic management in an effort to improve product quality in PTP companies. Nusantara VI Kayu Aro Tea Plantation, Kerinci Regency. The author must also understand and interpret the data and present it in the form of stories and narratives. Sources of data used in this study are observations, interviews, and documentation. The results showed that the agricultural division plays a role in improving the quality of tea products in the PTP company. Nusantara VI because it can be seen from the methods and techniques used in the agricultural division starting from the seeding, planting, and picking methods that use their respective techniques and methods.*

Keywords : *Management Role, Strategic Management, Product Quality, Kayu Aro Tea.*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran manajemen strategi dalam meningkatkan kualitas produk. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Metode penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif yang merupakan studi lapangan yang mengungkapkan, menemukan dan menggali berbagai informasi tentang Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Penulis juga harus memahami dan menafsirkan suatu data tersebut serta menyajikan dalam bentuk cerita dan narasi. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Observasi, Wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa divisi pertanian yang berperan dalam meningkatkan kualitas produk teh diperusahaan PTP. Nusantara VI karena dapat dilihat dari cara dan teknik yang digunakan pada divisi pertanian dimulai dari cara pembibitan, penanaman, dan pemetikan yang menggunakan teknik dan caranya masing-masing.

Received Januari 15, 2023; Revised Februari 20, 2023; Maret 10, 2023

*Muhammad Noprans, e-mail muhammadnoprans@gmail.com

Kata Kunci : Peran Manajemen, Manajemen Strategi, kualitas Produk, Teh Kayu Aro.

LATAR BELAKANG

Dengan keadaan bisnis seperti sekarang ini, setiap perusahaan dituntut untuk mengeluarkan seluruh kemampuan dan strategi terbaiknya agar dapat bertahan dan bahkan mampu memenangkan persaingan bisnis yang ada. Semua pemangku bisnis saling berlomba untuk membuat produk dengan kreatif dan inovatif sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dimaksudkan agar produk perusahaan mereka dapat dipilih oleh masyarakat yang bertindak sebagai konsumen. Selanjutnya setelah konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut perusahaan menginginkan konsumen yang loyal terhadap produknya dengan tujuan tersebut maka perusahaan harus dapat menjaga kepuasan konsumen mereka, karena apabila kepuasan seorang konsumen sudah terpenuhi maka dapat diperkirakan konsumen tersebut akan menjadi loyal pada perusahaannya.

Selain inovasi, kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, realitabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai gabungan antara seni dan ilmu dalam hal mengformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan–keputusan lintas fungsi, yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya di masa datang. Secara tidak langsung definisi manajemen strategi adalah menyatukan atau menggabungkan manajemen pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan suatu organisasi.

Strategi tingkat perusahaan (*corporate level strategy*) adalah tindakan yang diambil untuk mendapatkan keunggulan bersaing melalui pemilihan dan pengolahan sejumlah bisnis / usaha yang bersaing dalam beberapa industri atau pasar produk. Strategi tingkat perusahaan berhubungan dengan dua pertanyaan : usaha apa yang harus dipilih perusahaan dan bagaimana perusahaan harus mengolah seluruh usahanya.

Kerinci Merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Jambi. Kabupaten Kerinci memiliki tinggalan tradisi dan adat istiadat yang unik, serta tempat wisata alam

yang menarik, dengan memiliki tempat wisata alam yang menarik menjadikan Kabupaten Kerinci sebagai incaran Wisatawan Baik dari masyarakat lokal maupun wisata asing. Salah satu wisata alam yang terdapat di Kabupaten Kerinci adalah perkebunan teh kayu aro Kerinci.

Tabel 1.1

Laporan Penjualan Ekspor Teh Kayu Aro Tahun 2018

No	Bulan	Tahun	Kurs/Valas	Ekspor kg
1	Januari	2018	13.288	113.402
2	Februari	2018	13.403	221.076
3	Maret	2018	13.593	193.783
4	April	2018	13.690	222.153
5	Mei	2018	13.843	181.434
6	Juni	2018	13.896	154.306
7	Juli	2018	14.376	201.724
8	Agustus	2018	14.519	172.446
9	September	2018	14.707	90.363
10	Oktober	2018	14.999	176.242
11	November	2018	14.933	159.367
12	Desember	2018	14.314	25.743

Sumber : PTPN Nusantara VI

Tabel 1.2

Laporan Penjualan Ekspor Teh Kayu Aro Tahun 2019

No	Bulan	Tahun	Kurs/Valas	Ekspor kg
1	Januari	2019	14.099	94.901
2	Februari	2019	23.122	23.122
3	Maret	2019	98.813	97.813
4	April	2019	89.837	89.837
5	Mei	2019	101.740	101.740
6	Juni	2019	14.236	171.502
7	Juli	2019	14.095	23.044
8	Agustus	2019	14.190	96.425

9	September	2019	14.100	98.425
10	Oktober	2019	14.080	94.848
11	November	2019	14.041	108.152
12	Desember	2019	13.959	40.340

Sumber : PTPN Nusantara VI

Tabel 1.3

Laporan Penjualan Ekspor Teh Kayu Aro Tahun 2020

No	Bulan	Tahun	Kurs/Valas	Ekspor kg
1	Januari	2020	13.693	78.823
2	Februari	2020	13.713	34.272
3	Maret	2020	15.226	64.764
4	April	2020	15.488	49.034
5	Mei	2020	15.005	18.525
6	Juni	2020	14.094	84.704
7	Juli	2020	13.987	74.028
8	Agustus	2020	14.613	27.106
9	September	2020	14.786	121.573
10	Oktober	2020	14.655	101.925
11	November	2020	14.274	135.161
12	Desember	2020	14.104	50.324

Sumber : PTPN Nusantara VI

Tabel 1.4

Laporan Penjualan Ekspor Teh Kayu Aro Tahun 2021

No	Bulan	Tahun	Kurs/Valas	Ekspor kg
1	Januari	2021	13.288	34.722
2	Februari	2021	13.567	78.825
3	Maret	2021	13.886	135.135
4	April	2021	15.645	140.135
5	Mei	2021	15.707	150.345
6	Juni	2021	16.999	172.666

7	Juli	2021	20.122	176.325
8	Agustus	2021	56.256	210.056
9	September	2021	56.896	212.252
10	Oktober	2021	80.232	220.333
11	November	2021	85.320	265.345
12	Desember	2021	96.190	269.036

Sumber : PTPN Nusantara VI

Data diatas menunjukkan bahwa penjualan produk Teh Kayu Aro setiap bulannya mengalami ketidakstabilan atau naik turun, terlihat pada tabel 1.1 dimana pada tahun 2018 volume penjualan ekspor produk Teh Kayu Aro sebanyak 25.743 kg. Sedangkan pada tahun 2019 pada tabel 1.2 terlihat penjualan ekspor Teh Kayu Aro tiap bulannya mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2018, namun hasil menunjukkan pada bulan Desember penjualan Teh kayu Aro sebanyak 40.340 kg. kemudian pada tahun 2020 seperti yang terlihat pada tabel 1.3 penjualan Produk Teh Kayu Aro tersebut mengalami sedikit peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu sebesar 50.324 kg/bulannya. Namun, berbeda dengan jumlah volume penjualan pada tahun 2021 seperti yang terlihat pada tabel 1.4 penjualan ekspor produk Teh Kayu Aro meningkat drastis dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yakni sebanyak 269.036 kg.

Perkebunan teh kayu aro di Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi merupakan perkebunan teh tertua di Indonesia, dibuka antara tahun 1925-1928 oleh perusahaan Belanda, Namblodse Venotschaaf Handle Veriniging Amsterdam (NV HVA). Hingga kini, pabrik yang sudah berusia 74 tahun ini menghasilkan teh hitam Orthodox \pm 6 juta kilogram per tahunnya.

Tahun 2011–2012 hasil produksi teh kebun Kayu Aro mencapai 6.087.940 Kg teh kering pada tahun 2011, dan saat ini mengingat tanaman teh yang telah tua maka dilakukan replating (peremajaan) total nilai produksi mengalami penurunan, dan tahun 2011 total nilai produksi mencapai 5.703.625 Kg teh kering jenis orthodox dipasarkan di negara Eropa Barat dan Eropa Timur, Negara Rusia dan Negara-negara pecahan Rusia serta Negara Timur Tengah.

kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk merupakan pandangan utama bagi para konsumen sebelum

membeli sebuah produk. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Perkebunan teh kayu aro di Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi merupakan perkebunan teh tertua di Indonesia, dibuka antara tahun 1925-1928 oleh perusahaan Belanda, Namblodse Venotschaaf Handle Veriniging Amsterdam (NV HVA). Hingga kini, pabrik yang sudah berusia 74 tahun ini menghasilkan teh hitam Orthodox \pm 6 juta kilogram per tahunnya.

Fenomena yang berkaitan dengan Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci ini yang dimana, produk teh kayu aro masih terbilang belum banyak digemari oleh masyarakat jambi, dikarenakan dari hasil temuan dan observasi saya langsung di lapangan tepatnya di provinsi Jambi yang dimana, Teh Kayu Aro belum banyak digemari oleh masyarakat jambi dari segi cita rasa yang dihasilkan. Kemudian hasil dari wawancara ke beberapa masyarakat sekitar mengenai Teh Kayu Aro, mereka mengatakan bahwa cita rasa dari Teh Kayu Aro ini masih terbilang biasa saja dan ada juga yang mengatakan bahwa mereka kurang menyukai cita rasa yang dihasilkan oleh teh kayu aro tersebut dengan rasa yang cenderung lebih memiliki rasa yang pekat/pahit sehingga, masyarakat jambi lebih banyak memilih produk Teh lain dibandingkan dengan produk teh yang diproduksi dari hasil perkebunan teh diprovinsi jambi tepatnya dikabupaten Kerinci itu sendiri. Namun demikian, tidak sedikit juga yang mengatakan Teh Kayu Aro itu enak, ada beberapa masyarakat yang memang menyukai teh dengan cita rasa yang agak sedikit pekat dan pahit seperti Teh Kayu Aro untuk dinikmati. Hal tersebut tentu akan berdampak pada permintaan konsumen. Dan perusahaan juga harus menjaga kepuasan konsumen mereka, karena apabila kepuasan seorang konsumen sudah terpenuhi maka akan dapat diperkirakan konsumen tersebut akan menjadi loyal pada perusahaannya.

Jika dibandingkan dengan produk Teh lainnya, sebagai contoh produk Teh Prendjak yang dimana Teh Prendjak itu sendiri diproduksi oleh CV. Panca Rasa, Tanjung Pinang Kepulauan Riau yang didirikan pada tahun 1980, masyarakat lebih memilih Teh tersebut dibandingkan dengan Teh Kayu Aro, dikarenakan rasa yang dihasilkan teh

prendjak itu sendiri mereka mengatakan bahwa lebih cocok untuk mereka nikmati dan kualitas rasa yang dihasilkan juga tidak cenderung pekat/pahit.

Menurut Feigenbaum (1992), manajemen mutu diartikan dengan semua aktivitas dari keseluruhan fungsi manajemen yang menetapkan kebijakan mutu, tujuan dan tanggung jawab perusahaan, serta melaksanakannya dengan cara seperti perencanaan mutu, pengendalian mutu, pemastian mutu, dan peningkatan mutu di dalam sistem mutu.

Mutu produk dan jasa dapat didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang manusia material Metode kerja lingkungan peralatan pengukuran kualitas digunakan dapat memenuhi harapan-harapan pelanggan. Sedangkan kendali mutu terpadu adalah suatu sistem yang efektif untuk memadukan pengembangan mutu, pemeliharaan mutu, dan upaya perbaikan mutu berbagai kelompok dalam sebuah organisasi agar pemasaran, kerekayasaan, produksi, dan jasa dapat berada pada tingkatan yang paling ekonomis agar pelanggan mendapat kepuasan penuh.

Sesungguhnya tampilan kemasan suatu produk juga memberikan pengaruh dimata konsumen, karena melalui kemasan tersebut konsumen mendapatkan pesan dari isi produk didalamnya, baik melalui tulisan informasi yang tertera dikemasan tersebut, maupun dari tampilan suatu kemasan yang memberikan citra atau kesan tersendiri dimata konsumen sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Kunci utama untuk membuat sebuah desain kemasan yang baik adalah kemasan tersebut harus simple (sederhana), fungsional dan menciptakan respons emosional positif yang secara tidak langsung berkata : “belilah saya”. Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Sebuah desain kemasan yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya. Berarti kemasan harus memberikan kesan terbaik pada pandangan pertama konsumen, karena kesan terbaik itulah yang akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau meninggalkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu.

Kemasan juga mampu menyampaikan pesan terselubung. Sebagai contoh, warna, bentuk, ukuran, dan tekstur dapat menimbulkan kesan mewah (emboss, foil, atau kertas yang tidak biasa). Kemasan transparan, bentuk struktur yang tidak biasa, atau kemasan yang dapat digunakan kembali (botol, tabung kaca, atau kotak) juga memberikan pesan yang berbeda. Kemasan adalah simbol dari keseluruhan usaha pemasaran, bukti fisik dan

visual dari produk agar terjual. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk selalu mengingat bahwa dengan hanya menjual produk, kemasan sangat berperan sehubungan dengan kepercayaan merek.

Di masyarakat modern dimasa ini masyarakat membutuhkan produk pangan yang serba instan. Produk pangan yang dikehendaki masyarakat modern tidak hanya mempertimbangkan unsur pemenuhan sebagai makanan untuk menghilangkan rasa lapar. Kebutuhan manusia saat ini adalah produk pangan yang memiliki nilai kesehatan, praktis, dan cepat dalam penyajian.

Usaha yang umum dilakukan untuk meningkatkan laba perusahaan yaitu dengan mencari dan membina pelanggan, serta usaha menguasai pasar. Usaha tersebut tidak lepas dari peranan bagian pemasaran perusahaan dalam melakukan strategi yang bagus untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan. Pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen, dengan tujuan untuk memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Manajemen Strategi

Dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan". Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu. Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan.

Penggunaan berbagai strategi dalam dunia bisnis mencerminkan keinginan para pelaku bisnis untuk mengadopsi proses pembuatan strategi yang lebih terarah dan canggih

seperti yang dilakukan oleh para jenderal perang. Proses strategik tersebut kemudian digabungkan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, penerapan dan pengawasan yang kemudian disebut manajemen strategi.

Menurut Hoesada, manajemen adalah istilah yang bermakna manusia atau kumpulan manusia yang melakukan kegiatan manajemen, yang terpisah dari pekerja (labor) sebagai SDM yang dikelola manajemen. Istilah manajemen berasal dari kata kerja to manage berarti kontrol.

Definisi Peningkatan Kualitas Produk

Kualitas adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk atau jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan yang dimaksud adalah bukanlah pelanggan atau konsumen yang datang sekali untuk mencoba dan tidak pernah kembali lagi, melainkan mereka yang datang berulang – ulang untuk membeli dan membeli.

Ketika konsumen telah merasakan nilai dari suatu produk atau perusahaan melalui pengalaman positif yang telah diperoleh sebelumnya, maka akan timbul perasaan senang dan puas. Hal tersebut akan membuat konsumen berniat untuk membeli kembali karena adanya ikatan emosional dari pengalaman yang diperolehnya. Niat beli ulang merupakan niat beli konsumen yang sudah pernah membeli suatu produk dan berniat membeli kembali produk tersebut sebagai pemuas kebutuhannya.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

Pengembangan kualitas produk sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Dengan adanya perkembangan tersebut maka perusahaan berusaha untuk tetap menjaga reputasi dan nama baik melalui kualitas dari barang atau produk yang dihasilkan.

Selain harga yang relatif murah, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan

memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik

Manajemen Strategi pada Kualitas Produk

Secara umum pengertian strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sama halnya dengan manajemen strategi dalam meningkatkan kualitas produk. Sebelumnya kita sudah menetapkan suatu tujuan yaitu bagaimana meningkatkan kualitas produk Teh Kayu Aro. Maka dari itu kita harus mencari cara bagaimana supaya kita dapat menciptakan suatu cara yang dapat diimplementasikan dalam manajemen kualitas produk tersebut. Tentunya dalam penciptaan strategi ini harus sesuai dengan kemampuan yang kita miliki berdasarkan sumberdaya yang ada.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di perusahaan PTP. Nusantara VI Kayu Aro Kabupaten Kerinci pada tahun 2022/2023. serta lembaga-lembaga terkait lainnya yang penulis harapkan dapat membantu dan menjawab rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dilihat dari sudut pandang manajemen keuangan syariah dan merupakan studi lapangan yang mengungkapkan, menemukan dan menggali berbagai informasi tentang Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Penulis juga harus memahami dan menafsirkan suatu data tersebut serta menyajikan dalam bentuk cerita dan narasi.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang diambil adalah data yang sesuai dengan penelitian ini yaitu Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Data kualitatif yaitu data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik yang berwujud pernyataan atau berupa

kata-kata (Ananda & Fadhli, 2018). Adapun data menurut sumber pengambilan data dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh oleh orang yang melakukan penelitian. Data ini disebut juga data asli atau data baru. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara yang akan dilakukan.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Data tersebut biasanya diperoleh dari laporan-laporan, dokumen peneliti yang terdahulu. Data ini disebut juga data yang telah tersedia.
3. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Observasi, Wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari Perusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang berkaitan dengan Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci menghasilkan beberapa temuan yaitu :

1. Bagaimana Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci

Dari hasil temuan peneliti melalui data yang dikumpulkan lewat wawancara ke beberapa narasumber yang terkait dengan judul Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci, yang dimana perusahaan PTP. Nusantara VI melakukan manajemen peningkatan kualitas produknya dimulai dari sektor perkebunan itu sendiri, yang artinya upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas produknya melalui perawatan terhadap tanaman teh sesuai dengan tekniknya masing-masing agar teh dapat menghasilkan kualitas terbaik. Maka dari itu, divisi pertanian dapat dikatakan sebagai indikator perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk teh Kayu Aro yang dimulai dari cara-cara pembibitan, penanaman, pemetikan serta perawatan tanaman teh yang ditetapkan perusahaan dalam melakukan kegiatannya untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Peran manajemen strategi yang dilakukan perusahaan PTP. Nusantara VI

mereka menyebutnya dengan istilah dari hulu ke hilir karena perusahaan sangat memperhatikan kualitas teh yang dihasilkan dimulai dari tahap awal pembibitan teh dilakukan. Adapun cara perusahaan melakukan kegiatannya yang dimulai dari pembibitan yakni sebagai berikut:

a. Pembibitan

Pada tahap ini perusahaan PTP. Nusantara VI melakukan perawatan dan pemeliharaan pada bibit-bibit teh agar dapat tumbuh dengan baik guna untuk mendapatkan kualitas teh terbaik dari pucuk teh yang akan dihasilkan. Disini perusahaan PTP. Nusantara VI juga mempunyai teknik dan tata cara sendiri dalam melakukan perawatan dan pemeliharaan dan akan terus dilakukan selama 1 tahun sebelum bibit teh tersebut dipindahkan dari polibag dan ditanam dilahan perkebunan.

Selain itu apabila memasuki musim kemarau maka bibit teh akan diletakkan diatas air agar bibit teh selalu lembab dan tidak kekeringan, karena tanaman teh akan tumbuh dengan subur jika memiliki suhu udara yang lembab. Selama melakukan kegiatan tersebut tanaman teh akan selalu dilakukan pemupukan, adapun jenis pupuk yang digunakan yakni pupuk Orange sebanyak 12.5 gr, Mop 8 gr, dan Sp36 sebanyak 5 gr. Setelah bibit sudah berumur 1 tahun maka bibit teh tersebut dipindahkan dilahan perkebunan kayu aro.

b. Penanaman

Penanaman adalah tahap kedua setelah melewati beberapa proses pembibitan. Penanaman yang dilakukan sama halnya dengan kita menanam tumbuhan pada umumnya dan tidak menggunakan alat yang khusus melainkan hanya menggunakan beberapa alat saja yakni Cangkul, Pancang sebagai penanda untuk mengatur dan pembatas antara jalur penanaman dan Tali untuk mengikat pancang-pancang tersebut.

Namun, dari hasil data yang didapat peneliti melalui wawancara yang dilakukan, peneliti juga mendapatkan suatu temuan, bahwasanya perusahaan menerapkan proses penanaman paling banyak dilakukan pada pagi hari karena bibit teh yang baru dipindahkan tersebut masih segar dan didukung juga oleh suhu udara pada saat pagi hari serta tanahnya yang masih dalam keadaan lembab.

Selain itu, dari hasil temuan peneliti melalui wawancara dengan petani penanaman tersebut tidak menutup kemungkinan juga bahwa proses penanaman dilakukan pada saat siang dan sore hari, ada juga yang melakukan kegiatan penanaman pada waktu tersebut, namun cara itu kurang efektif untuk dilakukan agar mendapatkan

kualitas yang baik dari pucuk teh yang akan dihasilkan karena mengingat stamina dan tenaga petani pada saat siang dan sore tentu sudah berkurang sehingga proses penanaman teh menjadi tidak maksimal.

c. Pemetikan

Pemetikan merupakan tahap ketiga setelah dilakukannya pembibitan dan penanaman yang merupakan proses terakhir sebelum pucuk teh masuk ke dalam bagian produksi dan diolah menjadi bubuk teh.

Selain itu, hasil temuan yang didapatkan peneliti selama proses pemetikan melalui wawancara yang dimana perusahaan telah menetapkan cara dan teknik dalam pemetikan daun teh dan hal tersebut sudah menjadi standar perusahaan dalam proses pemetikan daun teh. Yang dimana mereka menggunakan 2 jenis alat dalam melakukan kegiatannya yakni Gunting dan Mesin, metode dalam penggunaan alat tersebut sudah dilakukan sejak tahun 2010 lalu hingga saat ini.

Dengan demikian tentu proses pemetikan menjadi lebih efektif jika proses tersebut dilakukan dengan menggunakan mesin daripada cara manual karena dapat lebih menghemat tenaga para petani pemetikan dan proses pemetikan menjadi lebih cepat, akibatnya petani bisa mendapatkan jumlah panen sebanyak 1-2 ton perharinya, berbeda dengan cara sebelumnya yang masih menggunakan cara manual yang dimana petani hanya bisa mendapatkan hasil panen sekitar 30-50 kg saja dalam satu hari.

Dari hasil temuan peneliti bahwa teknik dalam pemetikan tersebut baik itu menggunakan Gunting maupun Mesin harus sedikit diangkat keatas agar mendapatkan kualitas dan mutu teh yang terbaik, karena mutu terbaik pada tanaman teh itu ada pada bagian pucuknya, semakin pendek keatas pucuk yang dipanen maka semakin bagus pula

Dan disini peneliti juga memperoleh beberapa temuan yang ternyata untuk memasukkan pucuk-pucuk teh tersebut ke dalam karung tidak boleh terlalu dipadatkan, karena hal tersebut dapat menyebabkan pucuk teh menjadi rusak dan mengurangi kualitas dari pucuk teh itu sendiri.

d. Produksi

Dari hasil temuan peneliti lewat wawancara yang dilakukan pada Kabid pengolahan dan produksi yang dimana, selama proses dalam pengolahan pucuk teh

tersebut akan ada melewati beberapa tahap dalam pengolahannya yakni pucuk teh yang segar tersebut akan melewati proses pelayuan terlebih dahulu yang diletakkan pada wadah yang telah disediakan dan dibawahnya dialiri udara panas, dan setelah pucuk teh tersebut layu maka akan diangkut menggunakan alat yang dinamakan lori gantung untuk dilakukan penggilingan dengan menggunakan mesin.

Adapun cara dalam pengujian dari kualitas teh tersebut yakni yang dimulai dari mencium aroma teh, mencicipi dan melakukan persentasi terhadap kualitasnya masing-masing teh yang diproduksi sebelum teh tersebut dikemas didalam kemasan. Diketahui bahwa hasil persentasi diatas 60% tersebut merupakan kualitas terbaik yang dihasilkan oleh perkebunan perusahaan PTP. Nusantara VI dan kualitas diatas 60% tersebutlah yang akan diekspor ke luar negeri dan kualitas dibawah 60% itulah yang akan dipasarkan diindonesia.

Namun, temuan baru yang peneliti dapatkan disini adalah bahwasanya perusahaan telah berencana untuk membuat kemasan dengan mutu kualitas ekspor tersebut menjadi 200gr yang diberi nama dengan Teh Royale, gunanya agar Indonesia juga dapat menikmati produk teh hasil dari perkebunan Nusantara tersebut, dan tentu dengan harga yang lebih mahal pula yakni Rp. 25.000/pcs dari harga produk teh kayu aro yang banyak kita temui pada saat ini yang dimana dengan kualitas dibawah 60%, maka dari itu tentu perusahaan akan memperoleh keuntungan yang besar juga.

e. Bagaimana Kualitas Produk Teh Kayu Aro

Dari hasil temuan peneliti dari data yang diperoleh melalui wawancara tersebut, perusahaan PTP. Nusantara VI terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap kualitas produknya dari segi cita rasa melalui beberapa cara yang dilakukan selama perawatan bibit teh berlangsung dan yang sesuai dengan tekniknya masing-masing yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dengan strategi yang dilakukan kualitas produk Teh Kayu Aro mengalami peningkatan setiap tahunnya yang dapat dilihat dari hasil penjualan dari tahun-tahun sebelumnya pada bidang pemasaran. Selain itu perusahaan PTP. Nusantara VI juga merencanakan akan menjual produk Teh Kayu Aro dengan kualitas ekspor yang dikemas dalam bentuk kemasan berukuran 200gr agar masyarakat Indonesia tepatnya diprovinsi Jambi juga dapat menikmati kualitas terbaik yang dihasilkan dari perkebunan nusantara tersebut.

Kualitas rasa dari Teh Kayu Aro memang cenderung lebih memiliki rasa yang pekat/pahit karena teh Kayu Aro diproduksi tidak menggunakan bahan campuran lain melainkan teh yang dihasilkan itu merupakan teh murni dan sudah menjadi tradisi dan ciri khas dari rasa Teh Kayu Aro yang diproduksi oleh PTP. Nusantara VI tersebut.

Bapak Martadinata selaku Kabid pengolahan dan produksi mengatakan jika ingin menikmati teh dengan kualitas ekspor yang diberi nama Teh Royal itu selain bisa dibeli melalui media Onlineshop, masyarakat juga bisa membelinya untuk datang langsung ke perusahaan PTP. Nusantara VI dengan harga yang sama saja yang dijual di Onlineshop tersebut yakni 25.000/pcs.

f. Apa Kendala yang dihadapi Perusahaan

Dari temuan peneliti terhadap kendala yang dihadapi perusahaan PTP. Nusantara VI untuk dapat meningkatkan kualitas produknya memiliki beberapa kendala dibagian perkebunan itu sendiri yaitu serangan hama, perubahan cuaca dan dari karyawan yang bekerja pada bidangnya itu sendiri.

Banyaknya hama pemakan tumbuhan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan daun teh tersebut karena kualitas mutu yang dihasilkan menjadi rusak. Selain itu, faktor lain yang menjadi penyebab turunnya kualitas mutu dari daun teh yang dihasilkan tidak hanya dari hama pemakan tumbuhan melainkan juga bisa dari hewan pengerat, contohnya seperti tikus, karena tikus juga dapat memakan tanaman apalagi jika tikus tersebut tidak mendapatkan sumber makanan lain maka tikus juga akan memakan tanaman teh tersebut. Maka dari itu, tikus juga menjadi faktor penurunan dari segi mutu dan kualitas daun teh yang dihasilkan.

Strategi perusahaan dalam menanggulangi permasalahan serangan hama tersebut maka mandor afdeling akan selalu melakukan controlling terhadap tanaman dilahan perkebunan agar setidaknya dapat mengurangi serangan hama bagi pertumbuhan tanaman teh, agar tanaman teh tersebut dapat tumbuh dengan baik dan menghasilkan mutu kualitas yang bagus dari pucuknya itu sendiri.

Penanganan terhadap hama akan terkendala apabila memasuki musim penghujan, karena musim hujan dapat menghambat evakuasi terhadap hama yang menyerang. Bagaimana tidak, jika memasuki musim hujan tentu akses jalan menjadi rusak dan licin, akibatnya tidak sepenuhnya tanaman teh akan dapat dievakuasi melainkan hanya

sebagiannya saja karena penggunaan alat yang digunakan petani penyemprotan masih menggunakan cara yang sederhana yaitu dengan menggunakan Kep Semprot.

Selain itu, jumlah karyawan yang bekerja juga menjadi faktor penghambat dalam memproduksi teh tersebut, karena perusahaan hanya memiliki jumlah karyawan dibagian produksi sebanyak 10 orang, dan apabila ada karyawan yang berkurang atau sakit tentu akan mempengaruhi kinerja perusahaan untuk mendapatkan kualitas teh yang diproduksi karena karyawan produksi yang bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing tersebut menjadi berkurang dan hasil produksi menjadi tidak maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian mengenai Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci mengenai Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci, Kualitas Produk Teh Kayu Aro, dan Kendala Yang Dihadapi Perusahaan.

1. Perusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro mempunyai Strategi peningkatan kualitas produk yang dimulai dari sektor perkebunan yang diimplementasikan melalui divisi pertanian. Untuk dapat menghasilkan kualitas rasa Teh terbaik ada tata cara dan teknik khusus yang dilakukan perusahaan dilihat dari cara pembibitan, cara penanaman, teknik dan cara yang dilakukan dalam pemetikan serta perawatan dari tanaman teh tersebut. Maka dari itu, divisi pertanian dapat dikatakan sebagai indikator perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut dan yang berperan dalam meningkatkan kualitas produk Teh Kayu Aro tersebut. Selain itu, semua proses yang dilakukan perusahaan PTP. Nusantara VI pada sektor pertanian tersebut banyak dilakukan pada saat pagi hari, yang dimulai dari waktu penanaman, hingga pemetikan yang lebih diutamakan dan banyak dilakukan kegiatannya, karena hal tersebut merupakan waktu paling efektif bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas produk

teh kayu aro terutama dari segi rasa yang akan dihasilkan oleh tanaman teh itu sendiri

2. Kualitas rasa dari Teh Kayu Aro untuk saat ini telah mengalami peningkatan dari segi kualitasnya lewat strategi perusahaan yang diimplementasikan oleh bidang pertanian tersebut sebagai penggerak dalam mencapai tujuan perusahaan, kualitas rasa yang dihasilkan oleh perkebunan PTP. Nusantara VI tersebut juga memang cenderung lebih memiliki rasa yang pekat/pahit karena teh Kayu Aro diproduksi tidak menggunakan bahan campuran lain melainkan teh yang dihasilkan itu merupakan teh murni dan tanpa ada tambahan bahan pengawet.
3. Perusahaan PTP. Nusantara VI mempunyai kendala dalam meningkatkan kualitas produknya yaitu dari segi hama, Perubahan Cuaca, hingga jumlah karyawan yang bekerja juga mempengaruhi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas produk teh Kayu Aro. Dengan demikian tentu kinerja perusahaan dalam memproduksi untuk dapat menciptakan kualitas produk Teh terbaik menjadi terhambat dengan adanya kendala-kendala tersebut.

Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci peneliti menyampaikan saran :

1. Semua cara yang telah dilakukan perusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Kayu Aro dalam meningkatkan kualitas produknya memang sudah dilakukan dengan baik dan kualitas rasa teh kayu aro juga mengalami peningkatan melalui upaya yang dilakukan divisi pertanian lewat teknik dan cara-cara yang diatur dan yang telah ditetapkan oleh perusahaan PTP. Nusantara VI.
2. Hanya saja perusahaan PTP. Nusantara VI mempunyai ciri khas dari rasa teh yang dihasilkan yaitu dengan rasa yang pekat/pahit. Karena pada dasarnya tidak semua penikmat teh menyukai rasa teh yang pekat dan pahit sehingga masih ada yang belum menyukai teh Kayu Aro sebagai teh hidangan sehari-harinya.
3. Saran lain yang ingin disampaikan oleh peneliti yaitu proses penanganan terhadap hama masih kurang efektif jika proses penyemprotan dilakukan dengan menggunakan alat Kep Semprot, karena hal tersebut kurang efektif untuk lahan perkebunan dengan luas yang besar yakni 2.500 Hektare tersebut.

4. Penelitian ini semoga bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Peran Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Diperusahaan PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci.

DAFTAR REFERENSI

- Al-Quran Dan Terjemahannya, QS. Al-Ankabut/29:69, Makkiyyah, PT. SYGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA, Hlm. 404.
- Al-Quran Dan Terjemahannya, QS. Al-Baqarah/143, Madaniyyah, PT. SIGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA, Hlm. 22.
- Al-Quran Dan Terjemahannya, QS. Al-Qasas/77, Makkiyyah, Hlm. 394.
- Asih Fitri Yanti, April 2019, Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Penjualan Teh Poci, Jurnal Humaniora, Vol.3, No. 1, : 72-84, Hlm. 73.
- Astin Tiara Pratiwi Sunardi, 2015. Jurnal Pengendalian Kualitas Produk Pada Proses Produksi RIB A30 Di Sheet Metal Forming Shop, Vol. 5, Hlm. 9.
- Al Azhar A, 2010, Jurnal Peran Total Quality Manajemen (TQM) Dalam Meningkatkan Daya Saing, Vol.2, No.1, Hlm. 258.
- Ahmad Jarifin, 2019, Buku *STRATEGI BISNIS ALA RASULULLAH*, (Yogyakarta, Araska), hlm. 54.
- Dita Amanah, 2010. Jurnal Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan, Volume 2 No.1, Hlm. 71.
- Erwin Dyah Astawinetu, 2021, Jurnal Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik, Volume 3 No. 2, Hlm. 186.
- Fitri, Riski Rahma, 2021. *Skripsi Perkebunan Teh Kayu Aro Kerinci 1925-1940 Sebagai Sumber Belajar Sejarah*, Hlm. 1-2.
- H. Nazarudin, 2018, Buku Manajemen Strategik, CV.Amanah, Hlm.7.
- Inne Hanif, Tahun 2018. Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa UN PGRI Kediri (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI Kediri), Simki-Economic Vol. 02 No. 03, Hlm. 4.
- Iman Niyati, 2017, Skripsi Pengaruh Total Quality Management (TQM), Sistem Pengukuran Kinerja Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial Pada PT. Produk Rekreasi (KIDS FUN), Hlm. 4.
- Jaluanto, 2012, Skripsi Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas Dan Volume Penjualan (Studi Kasus Perusahaan Emping UD. HN Putra, Limpung Kabupaten Batang), Hlm. 3-4.
- Listia Natadjaja, 2009, Jurnal Kondisi Desain Kemasan Produk Makanan Ringan Dan Minuman Instant Pada Industri Kecil Skala Rumah Tangga (Micro Industry) Di Kabupaten Kediri, Vol. 11, No. 2, Hlm. 97.

Transformasi: Journal of Economics and Business Management

Vol.2, No. 1 Maret 2023

e-ISSN: 2964-0911; p-ISSN: 2964-1667, Hal 168-187

- Musnaeni, April 2022. Jurnal Pentingnya Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan, Vol 2. No. 2, Hlm. 102-103.
- Muhammad Rifai Kurnia, Jurnal Pengaruh Merek, 2016. Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari, Vol. 24, No. 1, Hlm. 36.
- M. Lukman, 2018. Jurnal Peningkatan Kualitas Produk Cokelat Dengan Integrasi Metode Kano Dan QFD, Vol. 19, No. 2, Hlm. 9.
- Malik Ibrahim, 2019. Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Vol.4, No.1, Hlm. 177-178.
- Masayu Endang Apriyanti, 2018, Jurnal Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan, Volume 10, No. 1, Hlm. 20-21.
- Nilda Tri Putri, 2022, Skripsi MANAJEMEN KUALITAS PRODUK DAN JASA, Andalas University Press, Padang, Hlm. 11-12.
- Nuriyah Fatkhul Jannah, 2019, Skripsi STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK BATIK (Studi Pada Home Industri Batik HZ Sokaraja Tengah Kabupaten Banyumas), Hlm. 3-4.
- Ndaru Prasastono, 2012. Skripsi Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi, Hlm. 15.
- Naily Fauziah, 2009, Skripsi Aplikasi Fishbone Analisis Dalam Meningkatkan Kualitas Produksi The Pada PT. Rumpun Sari Kemuning Kabupaten Karanganyar, Hlm. 26-27.
- Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, 2020, Buku MANAJEMEN STRATEGIK TEORI dan IMPLEMENTASI, CV Pena Persada, Hlm. 7-8.
- Rina Surjani P, 2002-2003. Jurnal Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Era Globalisasi, Fakultas Farmasi Universitas Surabaya, Vol 11 no.1, Hlm. 21-32.
- Rumanintya Lisaria Putri, Oktober 2016. Jurnal Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi: Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar, Vol 4, No 2, Hlm. 813.
- Retti Ninsix, 2018, Jurnal Metode Penetapan Titik Keritis, Daya Simpan Dan Kemasan Produk Instan Fungsional, Vol. 7, No. 1, Hlm. 46.
- Surya Ningrat, 2010. Skripsi Aplikasi Metode Quality Function Deployment (QFD) Untuk Peningkatan Kualitas Produk Mie Jagung, Hlm. 8-9.
- Siti Aminah Chaniago, 2014, Jurnal Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat, Volume 12, Nomor 1, Hlm. 94-95.
- Sri Hartini, 2012, Jurnal Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis, Vol.14, No. 1, Hlm. 84.
- Tutut Paradhiba Sujad, 2015. Jurnal Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening, Management Analysis Journal 4 (4), Hlm. 327.

Umar Sidiq, 2015. Skripsi Urgensi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan (Implementasi di MAN 3 Yogyakarta), Hlm. 795.

Wawancara dengan Bapak Sumarto, Kerani Afdeling Perkebunan Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Dokumentasi Unit Usaha Kayu Aro PTP Nusantara VI

Wawancara Dengan Bapak Legiono, Petani Pembibitan dan Penanaman PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Wawancara Dengan Bapak Legiono, Petani Pembibitan dan Penanaman PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Wawancara Dengan Ibu Sartini, Petani Pemetikan Teh di PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Wawancara Dengan Bapak Martadinata, Kepala Bidang Pengolahan Dan Produksi PTP. Nusantara VI Kebun teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Wawancara Dengan Bapak Martadinata, Kepala Bidang Pengolahan Dan Produksi PTP. Nusantara VI Kebun teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Dokumentasi Dengan Bapak Martadinata Kepala Bidang Pengolahan dan Produksi PTP. Nusantara VI.

Wawancara dengan Bapak Sumarto, Kerani Afdeling Perkebunan Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro, Oktober 2022.

Dokumentasi Dengan Bapak Sumarto Kerani Afdeling PTP. Nusantara VI Kebun Teh Kayu Aro Kabupaten Kerinci.

Sumber Website PTPN6, <http://www.ptpn6.com/>, 19 November 2022.