

ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SARI BUNGA MAWAR DI UPT PATPH KABUPATEN SIDOARJO JAWA TIMUR

Elisabet Kristi¹, Faisol Humaidi²

¹Agribisnis, Universitas Wijaya Putra

²Agribisnis, Universitas Wijaya Putra

Article history

Received : 30 Januari 2024

Revised : 12 Februari 2024

Accepted : 13 Februari 2024

*Corresponding author

Email : bethelisa673@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha di Unit Pelaksanaan Teknis Pengembangan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (UPT PATPH) dan menyusun strategi pengembangan usaha. Alat yang digunakan adalah Matriks SWOT dan Matriks QSP. Hasil penelitian ini menunjukkan matriks IE: posisi perusahaan pada sel II yaitu pertumbuhan dan perkembangan, dengan total nilai IFE sebesar 2,426105 dan total nilai EFE sebesar 3,266226. Ide-ide yang diambil perusahaan dalam penelitian ini merupakan pemikiran dan gagasan para karyawannya. Jelajahi penggunaan matriks SWOT untuk mengembangkan strategi lain yang dapat digunakan UPT PATPH. Enam analisis tambahan muncul dari analisis ini: menciptakan produk dengan membuka toko yang bekerja sama dengan wisatawan dan pengecer; menggunakan iklan dan situs web untuk berpromosi; dan menampilkan kualitas produk melalui bahan kemasan untuk meningkatkan citra produk. dan periklanan, peningkatan usaha dengan melakukan kerjasama dengan pelaku usaha online sebagai penyedia usaha, menciptakan produk dengan menciptakan produk baru menggunakan kemasan usaha, memperbanyak copy dokumen dan meningkatkan manajemen perusahaan untuk menjawab tantangan bisnis di era digital. Pengujian selanjutnya menggunakan matriks QSP untuk mengetahui strategi mana yang lebih penting dari UPT PATPH. Gagasan lain dari UPT PATPH berdasarkan review ini adalah untuk meningkatkan citra produk dengan memberikan informasi kualitas kemasan produk dan materi iklan (nilai Σ TAS 4.67301).

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Strategi, UPT PATPH

Abstract

The aim of this research is to identify factors that influence business development in the Technical Implementation Unit for Agribusiness Development of Food Crops and Horticulture (UPT PATPH) and develop a business development strategy. The tools used are the SWOT Matrix and QSP Matrix. The results of this research show the IE matrix: the company's position in cell II, namely growth and development, with a total IFE value of 2.426105 and a total EFE value of 3.266226. The ideas taken by the company in this research are the thoughts and ideas of its employees. Explore the use of the SWOT matrix to develop other strategies that UPT PATPH can use. Six additional insights emerged from this analysis: creating products by opening stores in collaboration with tourists and retailers; use advertising and websites to promote; and displaying product quality through packaging materials to improve product image. and advertising, increasing business by collaborating with online business actors as business providers, creating products by creating new products using business packaging, increasing document copies and improving company management to answer business challenges in the digital era. The next test uses the QSP matrix to find out which strategy is more important than UPT PATPH. Another idea from UPT PATPH based on this review is to improve product image by providing information on the quality of product packaging and advertising materials (Σ TAS value 4.67301)

Keywords: Business Development, Strategy, UPT PATPH

Copyright © 2024 Author. All rights reserved

PENDAHULUAN

Indonesia juga memiliki banyak pengobatan yang menggunakan bahan-bahan herbal, dan herbal telah dibuktikan melalui banyak pengalaman. Banyak penelitian yang mendukung bahwa tanaman obat dapat memberikan manfaat yang besar dalam menjaga kesehatan, mengatur metabolisme tubuh, dan menyembuhkan kerusakan pada tubuh. Hal yang baik tentang herbal adalah bahan utamanya alami sehingga memiliki efek samping yang lebih sedikit dibandingkan obat tradisional.

Keunggulan pengobatan herbal terletak pada bahan dasarnya yang bersifat alami sehingga mempunyai efek samping yang lebih kecil dari obat-obat modern. Selain itu, WHO juga telah merekomendasikan penggunaan obat herbal untuk promotif, preventif, rehabilitatif, dan kuratif, terutama untuk penyakit-penyakit yang sifatnya kronis, degeneratif, dan kanker (Setiawan 2013). Tanaman hias adalah tanaman yang dibudidayakan atau ditanam karena memiliki nilai keindahan tersendiri baik itu pada bunga, daun, bahkan pada batang yang unik (Majanah & Saputri, 2019). Tanaman hias memiliki fungsi utama sebagai penghias yang dapat menciptakan keindahan dan ketertarikan karena memiliki bentuk dan warna yang indah. Bunga mawar sampai saat ini memiliki berbagai macam makna yaitu sebagai simbol kasih sayang, keindahan, rasa hormat, dan rasa suka dan duka. Sekian dari banyaknya bunga mawar yang ada, mawar merah yang sangat digemari banyak orang. Seperti yang disebutkan diatas mawar merah digunakan sebagai simbol sebagai ucapan kasih sayang. Namun selain seperti yang sudah disebutkan diatas, bunga mawar juga banyak digunakan sebagai keperluan budaya dan agama. Contohnya dalam budaya yaitu adat Jawa yang menggunakan bunga mawar sebagai upacara pernikahan, dan bunga mawar sebagai ritual upacara kematian. (Bilad, 2021).

Bunga mawar merupakan tanaman bunga hias dengan batang berduri yang banyak ditanam di pekarangan dan kebun. Itu dijual sebagai bunga potong atau taburan di sebagian besar toko bunga. Salah satu tanaman bunga yang mempunyai potensi pertumbuhan adalah bunga mawar. Menurut Hermawan dkk. (2013), Bunga mawar memiliki tekstur lembut dan rasa asam manis, belum banyak dikenal sebagai produk komersil dan biasanya digunakan dalam bentuk cair atau jus. Bunga mawar berwarna merah putih dan mempunyai aroma yang khas. Bunga mawar memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan kaya akan vitamin C yang berperan sebagai antioksidan dan bermanfaat bagi tubuh. 100 gram bunga mawar mengandung sekitar 3,3 gram serat yang membantu melancarkan pencernaan. Selain itu bunga mawar juga mengandung karbohidrat terutama fruktosa dan vitamin B1.

Pearce dan Robinson (2013) mendefinisikan manajemen strategis sebagai pengambilan keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan dan implementasi rencana strategis untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, David (2015) mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan dalam membuat, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi sehingga organisasi dapat mencapai tujuannya.

Usaha produk sari bunga mawar di UPT PATPH banyak menghadapi kendala dalam pembuatan air mawar terutama dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Permasalahan yang dihadapi antara lain tingginya persaingan minuman rasa mawar, ketidakmampuan bersaing dengan perusahaan besar pada khususnya, kesulitan dalam berusaha karena kurangnya tenaga pemasar, dan tingginya harga jual karena tingginya biaya produksi.

UPT PATPH menghadapi banyak tantangan dari lingkungan internal dan eksternal dalam mengembangkan usaha air minumannya. UPT PATPH dapat menjadikan lingkungan eksternal menguntungkan atau mengancam perusahaan. Lingkungan internal perusahaan mungkin merupakan lingkungan terbaik yang dapat dimaksimalkan atau lingkungan negatif yang harus diminimalkan oleh perusahaan. Masalah lain yang dihadapi adalah penyalahgunaan strategi yang didasarkan pada kinerja perusahaan. Padahal, penggunaan strategi yang baik dapat membantu perusahaan beroperasi secara efisien dan efektif serta mencapai tujuannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha UPT PATPH dan untuk menyusun alternatif strategi program pengembangan ekonomi UPT PATPH.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian tersebut merupakan penelitian deskriptif. Menurut Sumandi (2014) penelitian deskriptif adalah “menggambarkan mengenai situasi atau kejadian-kejadian, sifat populasi, atau daerah tertentu dengan mencari informasi factual, justifikasi keadaan, membuat evaluasi, sehingga memperoleh gambaran yang jelas”. Penelitian deskriptif bukan tentang menguji hipotesis tertentu; Jelaskan fakta tentang perbedaan, gejala, atau kondisinya. Sifat penelitian dari penelitian ini adalah komparatif, yaitu penelitian ini tidak melakukan pengujian (eksperimen) terhadap produk penelitian, namun hanya menentukan tingginya akurasi strategi pada saat bisnis menghadapi persaingan sesuai matriks QSPM. Penelitian ini dilaksanakan di UPT PATPH yang berlokasi di Jl. Raya Lebo no. 48, Lebo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan untuk kualitas data, data disajikan secara verbal, bukan angka. Data kualitatif

penelitian ini meliputi isi, permasalahan yang dihadapi, serta permasalahan internal dan eksternal di UPT PATPH. Sedangkan data kuantitatif merupakan jenis informasi yang dapat langsung dihitung dalam bentuk informasi atau deskripsi.

Proses pengumpulan data merupakan suatu proses, suatu proses untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Proses pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui wawancara, survei, observasi dan penelitian data. Menurut Sugiyono (2013) yang dilakukan dengan observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Sumber yang dipilih untuk penelitian ini dipilih untuk mengetahui dampak dan kesadaran UPT PATPH mengenai informasi lingkungan internal dan eksternal di kalangan peserta.

Dalam penelitian ini digunakan sistem kendali untuk mengungkap materi baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Mereka disajikan di bawah ini dalam bentuk tabel, bagan dan grafik. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis data kualitatif, metode deskriptif berupa pengembangan bisnis untuk menjelaskan keadaan perusahaan dengan mengumpulkan data dokumen dan informasi dari berbagai sumber.

Metode strategis (Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks QSP) digunakan untuk menganalisis data kualitatif. Penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap analisis: tahap masuk, tahap pasangan, dan tahap keputusan. Matriks IFE dan EFE bertujuan untuk mempersempit analisis eksternal dan internal agar lebih sesuai dengan kondisi nyata perusahaan, sehingga memperoleh gambaran yang lebih terukur dari suatu perusahaan secara internal dan eksternal (Evelyn, 2018). Fase ini, yang sering disebut fase ideasi, menguraikan analisis permasalahan internal dan eksternal, ide-ide pokok yang diperlukan untuk pengembangan ide-ide alternatif. Tahapan ini dilakukan dengan menggunakan matriks yang mencakup faktor-faktor lain dan internal, sehingga pengembangan dan evaluasi strategi lain menjadi lebih efektif. Matriks IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang mempengaruhi perkembangan bisnis dan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap paling penting ketika memilih strategi. Data dan informasi internal dapat diunduh dari berbagai fungsi perusahaan, seperti pemasaran, keuangan, operasi, organisasi, dan sumber daya manusia. Matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor eksternal terkait peluang dan ancaman yang mempengaruhi perkembangan bisnis dan dianggap paling penting dalam pemilihan strategi. Informasi eksternal dikumpulkan untuk tujuan menganalisis isu-isu politik, bisnis, sosial, persaingan, dan terkait pelanggan. Hal ini penting karena faktor eksternal mempengaruhi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung (Untari, 2018).

Matriks IE merupakan metode pembuatan variabel masukan berdasarkan dua dimensi yaitu total nilai bobot IFE pada sumbu x dan total nilai bobot EFE pada sumbu y. Nilai IFE keseluruhan diberi bobot mulai dari 1,0 hingga 1,99; Hal ini menunjukkan lemahnya kekuatan batin; Nilai antara 2,0 dan 2,99 dianggap moderat; Nilai antara 3,0 dan 4,0 dianggap kuat. Demikian pula, skor total EFE tertimbang antara 1,0 dan 1,99 dianggap rendah; Nilai antara 2,0 dan 2,99 dianggap moderat; Nilai antara 3,0 dan 4,0 tergolong tinggi.

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga nilai dengan arti berbeda:

a. Sel I, II, atau IV mungkin menggunakan strategi berat atau strategi pertumbuhan terpadu. Strategi upaya dapat mengarah pada penetrasi pasar, pengembangan produk, dan produksi. Strategi integrasi dapat berupa integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal. Suatu organisasi sering dikatakan berhasil jika berada pada kuadran I.

b. Strategi terbaik yang dapat dikelola oleh Sel III, V, atau VII adalah mempertahankan dan mendukung, memberikan akses, dan pengembangan produk.

c. Sel VI, VIII atau IX harus menggunakan strategi input atau pengurangan (Ritonga, 2020).

Matriks SWOT memungkinkan organisasi (bisnis, administrasi publik atau organisasi) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang bergantung pada lingkungan di mana ia berkembang. Analisis SWOT digunakan sebagai alat pengambilan keputusan untuk mendukung pertumbuhan. Matriks SWOT merupakan singkatan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Faktor eksternal adalah hal-hal yang tidak dapat dipengaruhi dan tidak dapat berinteraksi dengan lingkungan tempat organisasi berkembang. Faktor internal merupakan faktor yang dapat dipengaruhi oleh organisasi. Kualitas merupakan faktor internal penting yang memungkinkan perusahaan meningkatkan posisi kompetitifnya. Kelemahan merupakan faktor internal yang menjadikan suatu organisasi lemah. Peluang adalah faktor lain yang dapat berdampak positif terhadap posisi kompetitif organisasi. Ancaman merupakan faktor lain yang mempengaruhi organisasi dari luar (Seth, 2015).

Secara umum, strategi harus memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan ancaman dan kelemahan. Ada empat jenis strategi SWOT: strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT. Konsep SO merupakan konsep yang menggunakan tenaga dalam untuk menciptakan potensi luar. Strategi ST merupakan strategi untuk mengurangi dampak ancaman eksternal. Konsep WO merupakan konsep yang mereduksi kelemahan internal menjadi kelemahan eksternal. Strategi WT merupakan strategi yang mengurangi risiko internal dengan menghindari ancaman (Rauch et al., 2015).

Matriks QSP ini adalah alat yang sangat baik untuk mengintegrasikan dan memprioritaskan informasi internal, eksternal, dan kompetitif yang diperlukan untuk membuat rencana strategis. Kepentingan relatif dari berbagai fakta, angka, model dan data digunakan untuk menentukan strategi efektif yang penting dalam menciptakan strategi yang dapat memberikan persaingan yang signifikan terhadap departemen perusahaan. Analisis QSPM akan memberikan model yang jelas untuk proses pra-konseptual.

Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM) adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli untuk mengevaluasi pilihan terbaik. Hal ini dilakukan melalui faktor-faktor kunci keberhasilan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, tujuan QSPM adalah untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai alternatif strategi untuk menentukan strategi mana yang cocok untuk diterapkan. Komponen utama QSPM meliputi isi utama, gagasan lain, bobot, skor daya tarik (AS), skor daya tarik total (TAS), dan skor daya tarik total (STAS).

QSPM memiliki keunikan karena dapat mengevaluasi berbagai konsep secara bersamaan atau bersamaan, serta mendorong para profesional untuk mengintegrasikan isu-isu internal dan eksternal ke dalam proses pengambilan keputusan mereka. Meningkatkan QSPM mengurangi kemungkinan poin-poin penting terlewatkan atau dianggap terlalu penting. Matriks QSPM mengidentifikasi beberapa hubungan penting yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Kartika, Siregar dan Fuah (2013) menjelaskan bahwa strategi prioritas utama dengan nilai tertinggi merupakan hasil akhir dari prioritas strategi yang telah ditentukan melalui analisis QSPM.

Metode QSPM menggunakan masukan dari tahap analisis untuk secara eksplisit memilih strategi terbaik, mencocokkannya dengan hasil analisis, dan kemudian memutuskan strategi pilihan dari alternatif strategi yang ada. Matriks ini memiliki 3 level arsitektur strategi analisis:

a. Tahap 1

Identifikasi seluruh strategi pengelolaan dengan mengidentifikasi strategi kunci yang akan digunakan untuk masuk ke dalam matriks QSPM. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan matriks EFE dan matriks IFE.

b. Langkah 2

Selanjutnya gunakan analisis SWOT, analisis matriks spasial, model matriks BCG, atau model matriks IE untuk mencocokkan hasil gagasan pokok sebelumnya sehingga dapat memberikan matriks informasi yang diperlukan untuk membuat QSPM.

c. Tingkat 3

Menentukan manfaat relatif dari berbagai strategi mengenai perbaikan eksternal dan internal apa yang diperlukan. Bandingkan strategi QSPM lainnya dan putuskan mana yang paling sesuai dengan tujuan perusahaan (Fazlollahtabar, 2018).

HASIL PEMBAHASAN

Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal UPT PATPH

UPT PATPH dikatakan mudah dalam pengendaliannya, hal ini dapat dipahami dengan mengukur efektivitas UPT PATPH. Staf UPT PATPH membaca acara secara individu dan kelompok hanya sebulan sekali. Selain itu, tidak ada pelatihan bagi seluruh pegawai karena seluruh pegawai baru hanya dilatih oleh pegawai lain yang sebelumnya bekerja di UPT PATPH. Namun staf UPT PATPH mempunyai hubungan yang baik satu sama lain.

Usaha UPT PATPH kini terbagi menjadi tiga bagian yaitu *indoor*, *outdoor* dan kolaborasi. Perusahaan memproduksi produknya sendiri dengan menjual produk tersebut di pasar. Perdagangan luar negeri dilakukan melalui penjualan produk

grosir ke pengecer dan perusahaan pengolahan makanan. Pihak organisasi berharap dapat bekerjasama dengan UPT PATPH. Kedepannya mitra UPT PATPH dapat membuka cabang. Namun karya yang diterbitkan oleh UPT PATPH masih sangat sederhana, karena karya yang diterbitkan oleh UPT PATPH hanya sebatas produksi peta-peta kecil saja, dan peta-peta tersebut hanya didistribusikan kepada seluruh pelanggan. UPT PATPH Kasir bertugas mencatat data penjualan setiap hari dan membayar kasir setiap awal bulan. Karyawan tetap dibayar tunai. Departemen keuangan bertanggung jawab untuk mengumpulkan semua informasi keuangan untuk kantor, toko, dan toko perusahaan. Hasil laporan keuangan ini akan direview pada akhir tahun. Sebaiknya pisahkan uang dan uang karena anggaran akan transparan dan hubungan akan baik. UPT PATPH kini menggunakan uangnya untuk usaha dan tidak meminjam pada bank penyedia jasa keuangan. Meski sehat secara finansial, namun perusahaan tidak memiliki anggaran untuk pemasaran seperti media massa.

Proses produksi dibagi menjadi beberapa tahapan. Langkah pertama siapkan bahan-bahannya yang berbentuk bunga mawar. Bunga mawar diterima melalui proses seleksi UPT PATPH. UPT PATPH menggunakan peralatan sederhana seperti kain saring, sendok, corong, ember, timbangan, serta berbagai aksesoris seperti botol, tutup, stiker dan sumbat dalam pengemasan dan proses lainnya. Sebenarnya perusahaan juga memiliki mesin bunga otomatis, namun mereka tidak menggunakan peralatan tersebut dan lebih memilih menggunakan mixer. UPT PATPH juga sering menggunakan penurun kelembapan dan mesin untuk mengontrol kelembapan saat bepergian. UPT PATPH saat ini belum mempunyai tenaga dan fasilitas litbang. Uji UPT PATPH untuk pengujian mutu produk didasarkan pada sifat fisik (warna, rasa dan kekentalan).

UPT PATPH menggunakan *Microsoft Office Excel*, *Microsoft Office Word* dll untuk melakukan tugasnya. Kegunaan. Ini menggunakan beberapa lapisan data komputer dan perangkat lunak, seperti UPT PATPH, yang juga memiliki situs web, alamat email, dan media sosial. Namun UPT PATPH tidak menyelesaikan pesan tersebut karena jaringan dan email tidak mendukung tugas tersebut. Selain itu, perusahaan juga tidak memiliki akun media sosial yang digunakan untuk tujuan pemasaran, dari pesan tersebut terlihat banyak hal penting terkait penggunaan UPT PATPH secara internal:

Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapkan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang dan peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

Tabel 1. Faktor Lingkungan Internal UPT PATPH

| Faktor Internal | |
|---|---|
| Kekuatan | Kelemahan |
| <ul style="list-style-type: none"> • Hubungan antar karyawan yang erat seperti keluarga • Penjualan dilakukan tanpa pihak perantara • Bagian <i>accounting</i> dan keuangan terpisah • Pendanaan tanpa kredit pinjaman • Sumber bunga berasal dari peternakan perusahaan dan peternak binaan | <ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan manajerial yang masih sederhana • Kegiatan promosi masih sederhana • Tidak ada alokasi anggaran untuk kegiatan pemasaran • Proses produksi dan pengemasan dilakukan dengan cara sederhana • Belum memiliki bagian penelitian dan pengembangan • Website, email dan media social kurang aktif digunakan |

Selain menganalisis lingkungan internal, juga dianalisis lingkungan eksternal perusahaan. Penulis mendapat informasi sebagai berikut. Masyarakat mengatakan UPT PATPH berada di dekat pintu keluar Tol Sidoarjo. Ini merupakan kesempatan bagi pemasar untuk menarik pelanggan dan memberi tahu orang yang lewat di mana letak UPT PATPH. Basis pelanggan UPT PATPH terdiri dari kelompok berpendapatan rendah dan menengah. Saat ini jumlah pelanggan UPT PATPH hampir berimbang antara kelas menengah dan kelas menengah. Tentu saja bunga hampir semuanya diperoleh dari alam. Konversi lahan yang luas dari hutan/perkebunan menjadi kawasan industri akan berdampak positif terhadap ketersediaan bunga dan pada akhirnya produksi bunga.

Lingkungan hukum dan politik juga dapat mempengaruhi bisnis penjualan bunga. Sebab untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, suatu produk harus memiliki pengakuan, seperti sertifikat halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang disebutkan pemerintah. Produk UPT PATPH telah mendapat sertifikat Halal MUI sebagai jaminan, yang merupakan kontribusi

penting bagi perusahaan. Kebudayaan, lingkungan budaya dapat mempengaruhi perekonomian suatu daerah. Karena perusahaan mungkin telah melanggar hukum penggunaan di suatu area.

Supplier UPT PATPH, sponsor adalah produk tekstil di bidangnya dan juga membantu petani. Broker Komersial, UPT PATPH saat ini tidak bekerja sama dengan broker penjualan, hal ini dikarenakan perusahaan saat ini mempunyai 3 divisi dalam usahanya. Banyak toko UPT PATPH berada di luar perusahaan mitra UPT PATPH. Hal ini menjadi ancaman karena banyak broker kini memiliki banyak perangkat seluler yang dapat digunakan untuk bertransaksi *online*.

Pelanggan, UPT PATPH saat ini memiliki dua jenis pelanggan bisnis: pelanggan komersial dan fasilitas komersial. UPT PATPH tidak mempunyai entry point di pasar menengah. Karena kepuasan UPT PATPH Pemerintah, maka tidak dilakukan evaluasi terhadap Pengusaha. Pesaing, persaingan bisnis adalah hal yang wajar. Persaingan mendorong pengusaha untuk meningkatkan produk yang mereka ciptakan. Pesaing dalam bisnis UPT PATPH sangatlah banyak, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar. Dari segi promosi, UPT PATPH masih kalah dengan kompetitornya yang mampu beriklan di TV. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi perusahaan.

Tabel 2. Faktor Lingkungan Eksternal UPT PATPH

| Faktor Eksternal | |
|---|--|
| Peluang | Ancaman |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi dekat pintu tol dan tempat wisata • Lokasi berada di kawasan bisnis • Adanya kenaikan Upah Minimum • Memiliki sertifikat halal dari MUI • Sistem pembelian barang dengan pemasok menggunakan sistem beli putus | <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran produk belum menggunakan sistem online • Meningkatnya harga kebutuhan pokok • Ketergantungan terhadap musim berbunga • Belum menjalin kerjasama dengan perantara pemasaran • Pelanggan berasal dari pasar konsumen dan pasar bisnis saja • Pesaing mampu memasang iklan di TV |

Matriks IFE dan matriks EFE kemudian digunakan untuk menyelesaikan permasalahan besar pada lingkungan internal dan eksternal. Matriks IFE menggunakan Matriks IFE sebagai perhitungan untuk mengevaluasi dan menimbang segala sesuatu yang menjadi makna utama lingkungan internal (termasuk kekuatan dan kelemahan). UPT PATPH ditimbang dan dievaluasi oleh empat pemangku kepentingan: Manajer Sumber Daya Manusia, Manajer Produksi, Manajer Pemasaran dan Departemen Keuangan. Seperti terlihat pada Tabel 1, bobot item yang berkaitan dengan hubungan seperti kekeluargaan antar karyawan adalah 0,110936 disusul 3,25 poin, sehingga hasil utamanya adalah sebagai berikut: 0,360541 1. Begitu pula dengan faktor lain yang juga termasuk sama.

Tabel 3. Matriks IFE UPT PATPH

| No | Faktor Kunci Internal | Bobot | Rating | Nilai |
|------------------------|---|----------|--------|-----------------|
| <i>Kekuatan</i> | | | | |
| 1 | Hubungan antar karyawan yang erat seperti keluarga | 0,110936 | 3,25 | 0,360541 |
| 2 | Penjualan dilakukan tanpa pihak perantara | 0,084952 | 3,75 | 0,318570 |
| 3 | Bagian <i>accounting</i> dan keuangan terpisah | 0,088376 | 3,75 | 0,331412 |
| 4 | Pendanaan tanpa kredit pinjaman | 0,100678 | 3,50 | 0,352372 |
| 5 | Sumber bunga berasal dari peternakan perusahaan dan peternak binaan | 0,094089 | 3,50 | 0,329311 |
| TOTAL KEKUATAN | | | | 1,692206 |
| <i>Kelemahan</i> | | | | |
| 6 | Pelaksanaan manajerial yang masih sederhana | 0,094028 | 1,50 | 0,141042 |
| 7 | Kegiatan promosi masih sederhana | 0,084937 | 1,75 | 0,148639 |
| 8 | Tidak ada alokasi anggaran untuk kegiatan pemasaran | 0,079286 | 1,50 | 0,118928 |
| 9 | Proses produksi dan pengemasan dilakukan dengan cara sederhana | 0,097376 | 1,00 | 0,097376 |
| 10 | Belum memiliki bagian penelitian dan pengembangan | 0,084937 | 1,50 | 0,127405 |
| 11 | Website, email dan media sosial kurang aktif digunakan | 0,080407 | 1,25 | 0,100508 |
| TOTAL KELEMAHAN | | | | 0,733899 |
| TOTAL | | | | 2,426105 |

Terlihat dari perhitungan tersebut, urutan faktor-faktor yang menentukan kekuatan harga suatu perusahaan adalah (1) hubungan antar karyawan dalam keluarga, (2) dana diterima di muka, dan (3) bunga yang diperoleh oleh karyawan. Perusahaan peternakan (4) terpisah dari lembaga keuangan dan (5) tidak menjadi perantara penjualan.

Sedangkan kelemahan perusahaan dari segi produk utama adalah sebagai berikut, berdasarkan urutan nilainya: (1) Insentif kerja masih sendiri (2) Manajemen kehormatan masih sendiri (3) Belum terbentuk departemen litbang (4) Tidak ada

anggaran. Mengalokasikan dana kepada dunia usaha untuk (5) mengurangi penggunaan Internet, email, dan media sosial, serta (6) meningkatkan proses produksi dan pengemasan.

Penerima menambah biaya hal-hal lain dan pendapatannya disebut biaya IFE. Dari hasil perhitungan tersebut terlihat nilai berdasarkan kekuatan UPT PATPH sebesar 1.692206 dan nilai berdasarkan kelemahan UPT PATPH sebesar 0.733899. Jadi total nilai IFE UPT PATPH adalah 2.426105. Dari hasil tersebut terlihat bahwa UPT PATPH yang ada saat ini kurang menguntungkan bagi lingkungan karena nilai IFE-nya kurang dari 2,5.

Matriks EFE didasarkan pada penyertaan Matriks EFE, yang memiliki kelebihan dan kekurangan, yang penting dalam lingkungan di mana segala sesuatu diukur dan dievaluasi. UPT PATPH ditimbang dan dievaluasi oleh empat pemangku kepentingan: Manajer Sumber Daya Manusia, Manajer Produksi, Manajer Pemasaran dan Departemen Keuangan. Sebagaimana dijelaskan dalam Analisis Ilmiah, bobot setiap unsur ditentukan oleh skornya dan hasilnya adalah nilainya. di atas meja. Diketahui bobot pada nomor 1 dekat stasiun dan kawasan wisata adalah 0,080929. Setelah dijumlahkan 3,75 poin, nilai yang dihasilkan adalah 0,303486.

Tabel 4. Matriks EFE UPT PATPH.

| No | Faktor Kunci Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|----------------------|--|----------|--------|----------|
| <i>Peluang</i> | | | | |
| 1 | Lokasi dekat pintu tol dan tempat wisata | 0,080929 | 3,75 | 0,303486 |
| 2 | Lokasi berada di kawasan bisnis | 0,085737 | 3,75 | 0,321514 |
| 3 | Adanya kenaikan Upah Minimum | 0,061699 | 2,75 | 0,169671 |
| 4 | Memiliki sertifikat halal dari MUI | 0,076122 | 3,50 | 0,266426 |
| 5 | Munga dianjurkan dalam Al-Quran | 0,085737 | 3,25 | 0,278646 |
| 6 | Sistem pembelian barang dengan pemasok menggunakan sistem beli putus | 0,060897 | 2,50 | 0,152244 |
| <i>TOTAL PELUANG</i> | | | | 1,491987 |
| <i>Ancaman</i> | | | | |
| 7 | Pemasaran produk belum menggunakan sistem online | 0,068910 | 3,25 | 0,223958 |
| 8 | Meningkatnya harga kebutuhan pokok | 0,076923 | 3,25 | 0,250000 |
| 9 | Ketergantungan terhadap musim berbunga | 0,085737 | 3,75 | 0,321514 |
| 10 | Berkurangnya area yang menjadi sumber pakan | 0,084135 | 3,75 | 0,315505 |
| 11 | Belum menjalain kerjasama dengan perantara pemasaran | 0,078526 | 2,75 | 0,215946 |
| 12 | Pelanggan berasal dari pasar konsumen dan pasar bisnis saja | 0,073718 | 2,50 | 0,184295 |
| 13 | Pesaing mampu memasang iklan di TV | 0,080929 | 3,25 | 0,263021 |
| <i>TOTAL ANCAMAN</i> | | | | 1,774239 |
| <i>TOTAL</i> | | | | 3,266226 |

Dari perhitungan tersebut terlihat bahwa urutan faktor yang menentukan kekuatan perusahaan relatif terhadap nilainya adalah (1) lokasi wilayah usaha (2) nilai lokasi yang diminta. Dekat dengan kawasan bisnis. Masyarakat alun-alun dan wisatawan (3) senang membaca Al-Quran (4), ingin mendapatkan sertifikat halal dari MUI (5), menaikkan upah minimum dengan membeli dari pedagang (6).

Produk utama dengan harga musiman adalah perusahaan yang lemah (1) Ketergantungan pada musim bunga (2) Luas tanam berkurang tergantung lokasi (3) Pesaing dapat beriklan di TV (4) Harga produk harian tinggi (5) Produk yang dijual online tidak menggunakan sistem (6)) tidak bekerja sama dengan separuh pasar yang ada (7) hanya barang konsumsi dan pelanggan bisnis.

Nilai utama ditambahkan ke nilai lain dan hasilnya disebut nilai EFE. Dari hasil perhitungan tersebut terlihat nilai positif UPT PATPH sebesar 1.491987 dan nilai ancaman UPT PATPH sebesar 1.774239. Nilai total EFE UPT PATPH kurang lebih 3.266226. Dari hasil tersebut terlihat bahwa UPT PATPH kini sudah sangat cocok untuk menghadapi peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan saat ini, karena nilai EFE-nya mendekati angka 4.

Posisi UPT PATPH Berdasarkan Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

Saat mengembangkan strategi alternatif untuk pengembangan bisnis, bisnis perlu memahami bisnisnya dan mengetahui jenis strategi apa yang tersedia. Anda dapat menggunakan matriks IE (*internal-eksternal*) untuk menemukan di mana UPT PATPH berada. Matriks IE menggunakan informasi dari nilai IFE dan nilai EFE. Berdasarkan nilai IFE sebesar 2,426105 dan nilai EFE sebesar 3,266226.

| | | | | |
|----------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------------|
| | | Skor IFE | | |
| | | Kuat 4,0-3,0 | Sedang 2,99-2,0 | Lemah 1,99-1,0 |
| | | I | II | III |
| Skor EFE | Tinggi 3.0-4.0 | | 3,266226 | |
| | Sedang 2.0-2.9 | IV | V | VI |
| | Rendah 1.0-1.99 | VII | VIII | IX |

Gambar 1. Posisi UPT PATPH Berdasarkan Matriks IE

Perpotongan nilai IFE dan EFE pada sel II matriks IE pada Gambar 1 menunjukkan bahwa UPT PATPH saat ini dalam tahap pengembangan dan berada pada tahap yang tepat. Strategi yang dapat digunakan menurut matriks UPT PATPH IE meliputi strategi upaya dan strategi mutu. Setelah Anda memahami posisi UPT PATPH saat ini, sebaiknya Anda merencanakan strategi lain yang dapat digunakan UPT PATPH untuk meningkatkan posisinya. Mengembangkan ide-ide lain membutuhkan usaha dan kreativitas.

Alternatif Strategi UPT PATPH

Setelah memahami IFE, nilai-nilai EFE dan posisi perusahaan relatif terhadap matriks IE, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan strategi lain yang dapat digunakan UPT PATPH.

Matriks SWOT

Berdasarkan situasi internal perusahaan dan faktor lainnya, maka dibuatlah matriks SWOT untuk UPT PATPH berikut ini, yang mencakup 6 strategi yang tersedia; ini mencakup 1 alternatif SO (waktu kuat) dan 2 alternatif WO (peluang kelemahan), 2 alternatif ST (ancaman positif) dan 1 alternatif WT (ancaman tidak baik). Alternatif strategi ini akan digunakan untuk menentukan apa yang paling penting bagi UPT PATPH berdasarkan evaluasi pemangku kepentingan. Evaluasi ini dilakukan dengan matriks QSP/QSPM.

Tabel 5. Matriks SWOT pada UPT PATPH

| Internal | Kekuatan (<i>Strength</i>) | Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) |
|-----------|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Hubungan Karyawan yang erat seperti keluarga • Penjualan dilakukan tanpa pihak perantara • Bagian <i>accounting</i> dan keuangan terpisah • Pendanaan tanpa kredit pinjam • Sumber bunga berasal dari peternakan perusahaan dan peternak binaan | <ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan manajerial masih sederhana • Kegiatan promosi masih sederhana • Tidak ada alokasi anggaran untuk kegiatan pemasaran • Proses produksi dan pengemasan dilakukan dengan sederhana • Belum memiliki bagian penelitian dan pengembangan • Website, email dan media sosial kurang aktif digunakan |
| Eksternal | Peluang (<i>Opportunities</i>) | Strategi S – O |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi dekat dengan pintu tol dan tempat wisata • Lokasi berada di kawasan bisnis • Adanya kenaikan upah minimum • Memiliki sertifikat halal dari MUI • Bunga dianjurkan dalam Al- Qur'an • Sistem pembelian dari petani dengan sistem beli putus | <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan pemasaran produk dengan bekerjasama membuka konter penjualan di dalam tempat wisata dan pusat perbelanjaan (O1, O2, S2, S5) |
| | | Strategi W – O |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan website. (W2, W3, W6, O1, O2) • Meningkatkan citra produk dengan memberikan informasi keunggulan produk pada kemasan dan juga media promosi (W2, W4, W6, O4, O5) |

| Ancaman (<i>Threats</i>) | Strategi S – T | Strategi W – T |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran produk belum menggunakan sistem online • Meningkatnya harga kebutuhan pokok • Ketergantungan terhadap musim berbunga • Berkurangnya area yang menjadi sumber bunga • Belum menjalin kerjasama dengan perantara pemasaran • Pelanggan berasal dari pasar konsumen dan pasar bisnis saja • Pesaing mampu memasang iklan di TV | <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pemasaran dengan menjalin kerjasama dengan penyedia marketplace berbasis sistem online (S2, S3, T1, T5, T6) • Mengembangkan produk dengan menciptakan produk baru dengan harga yang lebih ekonomis (S2, S5, T2, S3, S4) | <ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki manajemen perusahaan agar mampu menghadapi persaingan usaha di era digital (W1, W5, T1, T5) |

Matriks QSP

Kesesuaian bobot lingkungan internal dan eksternal pada matriks QSP dievaluasi terhadap enam strategi lain yang disediakan oleh matriks SWOT. Manfaat lain berdasarkan faktor-faktor ini dimasukkan dan nilai total/TAS (*Total Attractiveness Score*) diperoleh untuk semua strategi lainnya. Pada tahap ini nilai TAS (*Total Attractiveness*) atau strategi lain yang memiliki total daya tarik tertinggi menunjukkan paling menarik untuk digunakan dibandingkan dengan pemegang strategi lainnya.

Metode lain yang baik dengan nilai TAS terbesar adalah meningkatkan citra produk dengan memberikan informasi terbaik tentang kemasan dan lingkungan, dengan nilai TAS sebesar 4,67301. Strategi alternatif ini merupakan bagian dari strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dan strategi Intensive. Sementara itu, gagasan lain dengan nilai TAS terendah adalah ikut serta dalam perdagangan barang dengan nilai TAS 4,18977 dan membuka toko di pusat wisata dan perbelanjaan.

Tabel 6. Prioritas Strategi UPT PATPH berdasarakan QSPM

| No. | Prioritas Strategi | Σ TAS |
|-----|--|--------------|
| 1 | Meningkatkan citra produk dengan memberikan informasi keunggulan produk pada kemasan dan juga media promosi | 4,67301 |
| 2 | Meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan website. | 4,62108 |
| 3 | Mengembangkan produk dengan menciptakan produk baru dengan harga yang lebih ekonomis | 4,57610 |
| 4 | Memperbaiki manajemen perusahaan agar mampu menghadapi persaingan usaha di era digital | 4,55355 |
| 5 | Meningkatkan pemasaran dengan menjalin kerjasama dengan penyedia marketplace berbasis sistem online | 4,41117 |
| 6 | Mengembangkan pemasaran produk dengan bekerjasama membuka konter penjualan di dalam tempat wisata dan pusat perbelanjaan | 4,18977 |

KESIMPULAN

Saat ini UPT PATPH mempunyai 11 faktor internal dan 14 faktor tambahan. Dari segi utama, keunggulan utama UPT PATPH adalah hubungan antar personel, sedangkan kelemahan utama UPT PATPH adalah prosedur proses desain dan pengemasan yang sederhana. Dilihat dari faktor lain, peluang utama bagi UPT PATPH adalah lokasi usaha yang berada di wilayah kerja, sedangkan ancaman utama bagi UPT PATPH adalah ketergantungan produksi bunga mawar terhadap time sheet. Berdasarkan matriks IE pada penelitian ini diperoleh nilai IFE sebesar 2.426105 dan nilai EFE sebesar 3.266226, dan UPT PATPH kini berada pada sel II yang berarti posisi perusahaan sedang tumbuh dan berkembang.

Contoh lain Matriks IE dan EFE SWOT serta beberapa strategi lain yang dapat digunakan adalah UPT PATPH, bekerja sama membuka toko, menggunakan media dan website untuk menambah bisnis produk bagi wisatawan dan retailer. Mempromosikan, menyempurnakan produk dengan memberikan informasi kemasan produk terbaik dan periklanan, mengembangkan bisnis dengan bekerja sama dengan pebisnis online, menciptakan produk baru dan mengembangkan perusahaan dengan menciptakan produk. Kemampuan manajemen di era persaingan pemasaran digital. Berdasarkan matriks QSP, gagasan utama UPT PATPH adalah meningkatkan citra produk dengan memberikan informasi penting pada kemasan dan iklan (nilai Σ TAS 4,67301). Pada saat yang sama, gagasan untuk menggabungkan produk terbuka dan toko ritel adalah gagasan berbiaya rendah lainnya.

PUSTAKA

- Alkire S, Chatterjee M, Conconi A, Seth S, V A (2015) Global multidimensional poverty index. *Pak Dev Rev* 4:287–299
- Bilad A A. (2021). Kajian BungaMawar sebagai Simbol Budaya Lokal dan Agama melalui Pandangan Semiotika Roland Barthes. *Judul Kusa Lawa*, 1, (1), 18-22 DOI: 10.21776/ub.kusalawa.2021.001.01.02
- Evelyn. (2018). Analisis manajemen strategi bersaing dengan matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSPM pada PT XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. 2(4): 148–162.
- Fazlollahtabar, H. (2018). *Supply Chain Management Models: Forward, Reverse, Uncertain, and Intelligent Foundations with Case Studies*. CRC Press.
- Hermawan, G.P., Laksono, H., & Sumantri, I. (2013). Ekstraksi Buanga Mawar (Rose Damascena Mill) Menggunakan Pelarut Etanol. *Jurnal Teknologi Kimia dan Industri*. 2(2): 111–5.
- Kartika, A.A., H.C.H. Siregar. dan A.M. Fuah. (2013). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Tikus (*Rattus norvegicus*) Dan Mencit (*Mus musculus*) Di Fakultas Peternakan IPB. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*. 1 (3) : 147-154
- Pearce, J.A., & Robinson, R.B. (2013). *Manajemen Strategis – Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rauch, P., Wolfsmayr, U., Borz, S.A., Triplat, M., Krajnc, N., Kolck, M., & Handlos, M. (2015). SWOT analysis and strategy development for forest fuel supply chains in South East Europe. *Forest Policy and Economics*. 61:87-94.
- Ritonga, Nefonavrtilova. Ritonga, Sahriana. (2020). Hubungan Pola Makan dengan Kejadian Diabetes Mellitus di RSUD Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia*, 4(1), 95-100.
- Setiawan Dalimartha, Felix Adrian. (2013). *Ramuan herbal tumpas penyakit*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Untari, D. T. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*. In Pena Persada, Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia (2018th ed.)