

# Analisis Faktor Internal-Eksternal Pengembangan Tanaman Hias di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UD. Yuka Garden Kota Mataram)

\*<sup>1</sup>Dudi Septiadi, <sup>1</sup>Fadli, <sup>1</sup>Astri Irmayanti

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram, Indonesia

[dudi@unram.ac.id](mailto:dudi@unram.ac.id), [fadliabbas185@gmail.com](mailto:fadliabbas185@gmail.com), [papangpesa13@gmail.com](mailto:papangpesa13@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article History:

Diterima : 15-11-2022

Disetujui : 23-11-2022

### Keywords:

Faktor internal-eksternal;  
Strategi pengembangan;  
SWOT; Tanaman Hias



## ABSTRACT

**Abstract:** Ornamental plants are a type of horticultural plant that is in great demand after the Covid-19 pandemic. The aims of this research are to: 1) analyze the internal and external factors of UD. Yuka Garden; 2) analyze the appropriate development strategy alternatives to be implemented at UD. Yuka Gardens. The research location was conducted at UD. Yuka Garden, Mataram City. The research was conducted from March to June 2022. The data analysis method used to analyze the business development strategy is SWOT analysis. The results showed that the factors in the internal environment contained in UD Yuka Garden consisted of aspects of strengths and weaknesses. In terms of strength, UD Yuka Garden's most dominant strength is the strategic location of the business and the variety of ornamental plants. The strongest weakness it has is that it does not promote products through online media. While the factors in the external environment consist of opportunities and threats, the most influencing opportunities are the increasing purchasing power of consumers. While the most influencing threat factor is the existence of competitors between ornamental plant sellers. The total value of internal and external factors showed a positive value, so that the ornamental plant business position strategy was in quadrant I. The implication is that the recommended strategy for developing ornamental plant business is an aggressive strategy, namely the S – O (Strengths-Opportunities) strategy.

**Abstrak:** Tanaman hias merupakan jenis tanaman hortikultura yang banyak diminati pasca Pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal usaha tanaman hias UD. Yuka Garden; 2) menganalisis alternatif strategi pengembangan yang tepat untuk diimplementasikan di UD. Yuka Garden. Lokasi penelitian dilakukan di UD. Yuka Garden, Kota Mataram. Penelitian dilakukan dari bulan Maret – Juni 2022. Metode analisis data yang dipakai untuk menganalisis strategi pengembangan usaha adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor di lingkungan internal yang terdapat pada UD Yuka Garden terdiri dari aspek kekuatan dan kelemahan. Dari sisi kekuatan yang paling dominan dimiliki UD Yuka Garden yaitu faktor lokasi usaha yang strategis serta variasi tanaman hias yang beragam. Kelemahan yang paling kuat yang dimiliki yaitu tidak mempromosikan produk melalui media online. Sedangkan faktor di lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, peluang yang paling mempengaruhi yaitu meningkatnya daya beli konsumen. Sedangkan faktor ancaman yang paling mempengaruhi yaitu adanya pesaing antar penjual tanaman hias. Nilai total faktor internal dan eksternal menunjukkan nilai positif, sehingga strategi posisi usaha tanaman hias terdapat pada kuadran I. Implikasinya adalah strategi yang direkomendasikan untuk pengembangan usaha tanaman hias adalah strategi agresif, yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*)



<https://doi.org/10.31764/justek.vXiY.ZZZ>



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

## A. LATAR BELAKANG

Sektor pertanian merupakan denyut nadi pembangunan ekonomi di daerah (Nursan & Septiadi, 2020). Jenis tanaman yang cukup signifikan dalam kontribusinya dalam pembangunan sektor pertanian adalah tanaman hortikultura (Tanaya et al., 2022). Diantara jenis tanaman yang masuk kategori tanaman hortikultura diantaranya adalah bunga, tanaman hias, sayur-sayuran, dan buah-buahan (Tanaya et al., 2021). Tanaman hias merupakan jenis tanaman hortikultura yang banyak diminati pasca Pandemi Covid-19 adalah tanaman hias (Megasari et al., 2021). Banyaknya masyarakat kota yang sebagian bekerja dari rumah justru menjadi salah satu pemicu meningkatnya minat masyarakat kota membudidayakan tanaman hias. Kegiatan budidaya tanaman hias dianggap sebagai aktivitas tambahan yang menarik dalam mengiringi aktivitas bekerja dari rumah (*work from home*).

Perkembangan kegiatan usaha tanaman hias di kota Mataram cukup berkembang pesat. Skala usaha yang dijalankan beberapa pengusaha cukup beragam. Mulai dari skala kecil rumahan hingga skala besar. Aktivitas bisnis tanaman hias menyediakan berbagai jenis tanaman hias yang banyak dibeli masyarakat mulai dari masyarakat sipil untuk memperindah taman rumah, hingga kebutuhan kantor-kantor pemerintahan, sekolah, hingga hotel untuk memperindah area tamannya. Seringkali juga pembeli tanaman hias adalah dinas-dinas di lingkungan pemerintah daerah dan provinsi untuk program penghijauan, seperti program memperindah taman kota, atau taman disepanjang jalan raya. Tingginya peminat tanaman hias juga diiringi dengan banyaknya pelaku yang menjalankan usaha tanaman hias di kota Mataram dan sekitarnya, sehingga setiap pelaku usaha terus berkreasi dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya agar memiliki daya saing dibandingkan dengan kompetitor, sehingga semakin diminati konsumen.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat, setiap pengusaha harus mempunyai strategi pengembangan meliputi strategi produksi, pemasaran hingga kelembagaan untuk mempertahankan bisnisnya. Beberapa upaya yang seringkali terus dilakukan peningkatan adalah strategi pengembangan kelambagaan usaha seperti strategi manajemen produksi, dan strategi pemasaran. Strategi tersebut merupakan upaya agar perkembangan usaha tanaman hias terus mengalami progress dan keberlanjutan usaha masih bisa dipertahankan ditengah persaingan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka, pelaku usaha tanaman hias mutlak harus menyiapkan strategi pengembangan usaha sebagai upaya meningkatkan eksistensi di pasar penjualan tanaman hias. Dalam menyusun strategi pengembangan diperlukan analisa dalam menginvestigasi berbagai faktor internal dan eksternal secara komprehensif yang dihadapi pelaku usaha tanaman hias. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk; 1) menganalisis faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan), eksternal (peluang dan ancaman) usaha tanaman hias UD. Yuka Garden; 2) menganalisis alternatif strategi pengembangan yang tepat untuk diimplementasikan di UD. Yuka Garden.

## B. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang ditentukan dalam riset ini adalah usaha dagang tanaman hias Yuka Garden yang beralamat di Desa jempong baru Kecamatan Sekarbela Kota Mataram. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga bulan Juni 2022. Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi di masyarakat berdasarkan pada pengumpulan data dalam suatu latar ilmiah, dimana data deskriptif disajikan berdasarkan sumber data berupa instrumen kunci atau responden ahli sebagai pengambilan sampel penelitian (Anggito, 2018).

Data primer merupakan jenis data yang dipakai dalam penelitian ini. Data primer yaitu sumber data yang diakses oleh peneliti melalui observasi langsung ke lokasi penelitian. Data ini didapatkan dan dikumpulkan langsung dengan mewawancarai responden ahli dengan bantuan instrumen angket berupa kuesioner dan dokumentasi. Responden ahli pada penelitian ini terdiri dari founder/pemilik usaha tanaman hias, karyawan yang bekerja di usaha tanaman hias Yuka Garden, konsumen tanaman hias Yuka Garden, dan Akademisi dari Fakultas Pertanian UNRAM.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa responden terdiri dari pemilik, dan pekerja UD. Yuka Garden. Selain itu responden juga berasal dari akademisi dari Fakultas Pertanian Universitas Mataram.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

<b>Responden</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Usia</b>
Pemilik	S-1 (Sarjana)	53
Pekerja 1	SMA	59
Pekerja 2	SMA	43
Akademisi	S-2 (Master)	30

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

Analisis data yang dipakai dalam menjawab rumusan masalah pada riset ini adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2013). Analisis SWOT merupakan alat analisis situasi yang banyak dipakai pakar dalam menganalisis situasi dan strategi pengembangan perusahaan. Pada analisis ini terdapat matriks SWOT sebagai alat dalam mencocokkan kondisi internal dan eksternal seperti; kekuatan-peluang, kelemahan-peluang, kekuatan-ancaman, dan kelemahan-ancaman. Berdasarkan hasil mencocokkan kondisi internal-eksternal kemudian dilanjutkan dengan pengembangan dan penyusunan alternatif strategi yakni strategi SO, WO, ST, WT (David, 2006). Model matriks SWOT ditunjukkan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Matriks SWOT

	<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
<b>Opportunities</b>	Memakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang strategi SO	Menanggulangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang strategi WO
<b>Threats</b>	Memakai kekuatan untuk hindari ancaman strategi ST	Memperkecil kelemahan & menghindari ancaman strategi WT

Sumber: David (2006)

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Profil Lembaga

UD. Yuka Garden terletak di Desa Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela Kota Mataram. Lokasinya yang berada di ibukota provinsi dan kawasan perumahan menjadikan lokasi usaha ini sangat strategis. Luas lahan yang dimiliki UD. Yuka Garden adalah seluas 30 are. Lahan yang cukup luas untuk ukuran usaha kecil, mikro dan menengah. Kegiatan usaha yang dilakukan di UD. Yuka Garden utamanya biasa menjual tanaman hias serta melayani dekorasi jika ada pesanan, seperti pesanan untuk mendekorasi taman, dan pelaminan pada saat akad/resepsi pernikahan. Tenaga kerja yang bekerja di usaha ini terdapat 4 orang (termasuk 1 orang pemilik).

Kondisi biofisik UD. Yuka Garden terbilang bagus. Kondisi lahan merupakan jenis tanah persawahan dan masih terjaga kelestariannya, meskipun lokasi usaha berada di tengah kota. Kondisi tanah yang baik dicirikan dengan ketersediaan mata air untuk memenuhi nutrisi tanaman, sehingga pengelola tidak mengalami kesulitan dalam mengakses air. Jika terjadi hujan besar tidak pernah terjadi banjir, mengingat sistem irigasi yang baik.

### 2. Analisis Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis evaluasi ini merupakan elemen kunci terkait penyusunan strategi pengembangan bisnis tanaman hias UD Yuka Garden. Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang bersumber dari faktor internal suatu organisasi usaha, sedangkan faktor peluang dan ancaman merupakan faktor yang bersumber dari faktor eksternal perusahaan (Rangkuti, 2015). Penjelasan lebih lanjut terkait analisis lingkungan eksternal dan internal, adalah sebagai berikut.

#### a. Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation*)

Pada analisis evaluasi internal, penyusunan strategi didasarkan pada proses analisis situasi perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan. Faktor internal tersebut meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Informasi terkait aspek kekuatan dan aspek kelemahan yang dihadapi perusahaan terkait persoalan manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen pemasaran dan distribusi perusahaan, serta manajemen sumberdaya manusia yang selanjutnya dihimpun untuk dianalisis dan dievaluasi lebih lanjut. Berikut penjelasan lebih lanjut perihal faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari aspek internal usaha tanaman hias UD Yuka Garden.

#### Kekuatan

Faktor kekuatan yang dimiliki usaha tanaman hias UD Yuka Garden adalah sebagai berikut:

##### 1) Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha tanaman hias UD. Yuka Garden relatif strategis. Dimana keberadaannya di jalan bypass kota Mataram. Selain itu, lokasi usaha tanaman hias terletak dekat dengan kawasan komplek perumahan, pusat perbelanjaan, perkantoran dan gedung-gedung pemerintahan lainnya.

##### 2) UD Yuka Garden memiliki tanaman hias dengan jenis yang beragam

Variasi tanaman hias yang dimiliki UD. Yuka Garden beragam, seperti jenis bugenvil, pucuk merah, asoka, pisang bogor, cornea pisang, palem kuning, jasmine, arolia ungu, ateksi, dan brokoli.

##### 3) UD Yuka Garden memiliki tanaman hias dengan kualitas yang bagus

Selain variasinya banyak. Tanaman hias di UD Yuka Garden memiliki kualitas yang baik.

4) Penjual tanaman hias ramah terhadap pembeli

Pelayanan yang bagus membuat konsumen banyak melakukan repeat order. Sehingga UD Yuka Garden memiliki banyak pelanggan setia.

5) Kualitas tenaga kerja yang baik

Pengalaman dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan UD Yuka Garden berkualitas bagus. Karyawan perusahaan selalu mengontrol perkembangan dari tanaman yang ada di perusahaan setiap pagi, siang dan sore harinya.

6) UD Yuka Garden menyediakan jasa dekor tanaman hias

Selain menjual tanaman hias, UD Yuka Garden juga memberikan layanan dekorasi taman. Sehingga usahanya memiliki diferensiasi produk.

**Kelemahan**

Faktor kelemahan yang dimiliki usaha tanaman hias UD Yuka Garden adalah sebagai berikut:

1) Tidak mempromosikan produk melalui media daring (online)

Sejauh ini, UD Yuka Garden belum melakukan kebijakan pemasaran secara daring. Penjual masih melakukan proses perdagangan tradisional melalui transaksi tatap muka dengan konsumen. Sejauh ini, informasi pemasaran merupakan gerakan organik yang dibicarakan dari mulut-ke mulut dengan minat produksi tinggi.

2) Tidak adanya fasilitas kendaraan/transportasi untuk pengiriman barang

Dalam pemasaran tanaman hias selama ini pedagang tidak memiliki fasilitas transportasi bagi konsumen untuk mengantarkan pesanan konsumen jika dalam jumlah besar. Biasanya konsumen membawa sendiri kendaraan untuk membawa pesanan tanaman hiasnya. Jika mendesak, pemilik usaha menyewa kendaraan untuk pengiriman barang.

3) Pembukuan masih kurang baik

Pada saat memulai bisnis semua pembukuan keuangan belum dilakukan dengan baik. Meski sekarang sudah ada pencatatan pembukuan sederhana. Hal ini berdampak pada kekurang akuratan informasi terkait kondisi aset dan keuangan usaha.

**b. Evaluasi Faktor Eksternal (External Factor Evaluation)**

Pada analisis evaluasi faktor eksternal, penyusunan strategi didasarkan pada proses analisis situasi UD Yuka Garden yang dipengaruhi oleh faktor eksternal usaha. Faktor eksternal tersebut meliputi aspek peluang dan aspek ancaman. Informasi terkait aspek peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan terkait persoalan sosial, ekonomi, budaya, teknologi, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan dan tingkat persaingan bisnis yang selanjutnya dihimpun untuk dianalisis dan dievaluasi lebih lanjut. Berikut penjelasan lebih lanjut perihal faktor peluang dan ancaman yang datang dari eksternal usaha tanaman hias UD Yuka Garden.

a) Peluang

Faktor peluang yang dihadapi usaha tanaman hias UD Yuka Garden adalah sebagai berikut:

1) Meningkatnya daya beli konsumen

Meningkatnya daya beli konsumen disebabkan oleh meningkatnya pembangunan perumahan maupun perkantoran sehingga meningkatkan penjualan tanaman hias.

## 2) Permintaan yang tinggi

Dengan adanya pangsa pasar yang besar membuat meningkatnya penjualan tanaman hias akibat banyaknya permintaan dari masyarakat.

## 3) Perubahan gaya hidup masyarakat

Efek yang ditimbulkan dari adanya Pandemi Covid-19 juga terkandung hikmah positif. Diantaranya adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat. Dimana masyarakat kota yang bekerja di kantor sebagian beralih bekerja dari rumah. Banyak masyarakat yang bekerja dari rumah mengisi kegiatan dengan membudidayakan tanaman hias.

## 4) Banyaknya jumlah relasi

Pemilik UD Yuka Garden memiliki relasi yang luas. sehingga penjualan tanaman hias masuk hingga kantor dinas-dinas dan sekolah di sekitar Kota Mataram. Banyaknya relasi membuat penjualan tanaman hias cukup baik.

## 5) Reputasi usaha yang baik

Reputasi nama usaha sangat penting untuk dibangun. UD Yuka Garden selalu mengedepankan komunikasi yang baik terhadap konsumen sehingga reputasi perusahaan sejak awal berdirinya sampai sekarang tetap baik dihadapan para konsumen maupun di khalayak banyak orang.

## b) Ancaman

Faktor ancaman yang dihadapi usaha tanaman hias UD Yuka Garden adalah sebagai berikut:

## 1) Pesaing antar penjual tanaman hias

Dengan banyaknya pesaing dalam daerah memberikan dampak negatif terhadap pedagang tanaman hias di Jalan Lingkar Mataram. Pedagang tanaman hias mengakui banyaknya penjual dalam daerah menyebabkan dampak buruk terhadap pemasaran tanaman hias.

## 2) Mahalnya harga pupuk dan obat untuk tanaman hias

Seiring dengan jenis dan kuantitas tanaman hias yang banyak, juga membutuhkan peningkatan pembelian pupuk dan obat. Disisi lain tingginya harga pupuk dan obat-obatan cukup menjadi masalah bagi pemilik dalam mengelola keuangan.

## 3) Resiko tanaman hias rusak karena hama

Tanaman rusak akibat hama dapat menyebabkan rugi besar namun karena memiliki karyawan yang bisa dibidang hama dapat meminimalisir tanaman hias jika terserang hama.

### 3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam suatu spekulasi bisnis serta sebagai dasar penentuan strategi pengembangan usaha tanaman hias UD Yuka Garden. Analisis SWOT ini juga beberapa kali dipakai pada riset yang mengkaji tentang strategi pengembangan usaha seperti penelitian Wulandari (2020); Septiadi & Mundiya (2020); Nursan & Septiadi (2022). Berdasarkan hasil olah data penelitian, berikut ini hasil analisis SWOT yang bersumber dari wawancara responden terkait indikator faktor internal dan eksternal usaha tanaman hias UD Yuka Garden.

**Tabel 3.** Matrik IFAS Yuka Garden

<b>Faktor - faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan (S)</b>			
1. Lokasi usaha strategis	0,18	5	0,90
2. Memiliki tanaman hias dengan jenis yang beragam	0,13	4	0,52
3. memiliki tanaman hias dengan kualitas yang bagus	0,08	4	0,32
4. Penjual tanaman hias ramah terhadap pembeli	0,09	3	0,27
5. Kualitas tenaga kerja yang baik	0,11	4	0,44
6. Menyediakan jasa dekorasi tanaman hias	0,12	4	0,48
<b>Jumlah</b>			<b>2,93</b>
<b>Kelemahan (W)</b>			
1. Tidak mempromosikan produk melalui media online	0,12	3	0,36
2. Tidak adanya transportasi	0,09	5	0,45
3. Pembukuan masih kurang baik	0,08	4	0,32
<b>Jumlah</b>	<b>0,3</b>		<b>1,13</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4,06</b>
<b>Total faktor internal (kekuatan-kelemahan)</b>			<b>1,80</b>

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa skor internal dari UD Yuka Garden sebesar 1,8 yang mana hasil perhitungan tersebut akan diformulasikan ke dalam rumus grafik dari Matrik Grand Synergy dan disimbolkan dengan sumbu X. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri (2015) dimana total skor pembobotan faktor internal usaha tanaman hias Sekar Ulangun Nursery sebesar 1,349. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha pemasaran tanaman hias di Sekar Ulangun Nursery berada pada posisi kuat, dimana kekuatan yang dimiliki sudah digunakan secara optimal untuk mengatasi kelemahan yang ada.

**Tabel 4.** Matrik EFAS Yuka Garden

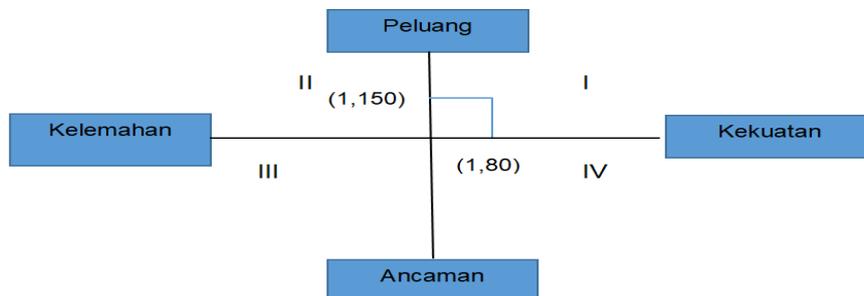
<b>Faktor - faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang (O)</b>			
1) Meningkatnya daya beli konsumen	0,165	5	0,825
2) Permintaan yang tinggi	0,145	4	0,580
3) Perubahan gaya hidup masyarakat	0,125	3	0,375
4) Banyaknya jumlah relasi	0,105	4	0,420
5) Reputasi usaha yang baik	0,105	4	0,420
<b>Jumlah</b>			<b>2,620</b>
<b>Ancaman</b>			
1) Pesaing antar penjual tanaman hias	0,145	5	0,725
2) Mahalnya harga pupuk dan obat	0,115	4	0,460
3) Resiko tanaman rusak karena hama	0,095	3	0,285
<b>Jumlah</b>	<b>1</b>		<b>1,470</b>
<b>Total</b>			<b>4,090</b>
<b>Total faktor eksternal (peluang)</b>			<b>1,150</b>

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa skor eksternal dari UD Yuka Garden sebesar 1,150 yang mana hasil perhitungan tersebut akan diformulasikan ke dalam rumus grafik dari Matrik Grand Synergy dan disimbolkan dengan sumbu Y. Hasil ini sejalan dengan penelitian Marlina tahun 2016, dimana diperoleh hasil selisih antara peluang dan ancaman sebesar 0,568 (Marlina, 2016).

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang ditunjukkan pada matriks IFAS, dapat diketahui bahwa nilai X merupakan nilai total kekuatan dikurangi nilai total

kelemahan, nilainya adalah sebesar 1,8. Sedangkan berdasarkan pada matriks EFAS, nilai Y merupakan nilai total peluang dikurangi dengan nilai total ancaman, nilainya adalah sebesar 1,15. Sehingga jika dibuat analisis kuadran dapat digambarkan melalui gambar 1.



**Gambar 1.** Matrix Grand Strategy Yuka Garden.

Berdasarkan Gambar 1, menunjukkan bahwa posisi usaha dari UD Yuka Garden berada di kuadran I, dimana nilai X dan Y nya bernilai positif. Hasil ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. UD Yuka Garden memiliki kekuatan dan peluang yang baik, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam meningkatkan penjualan. Strategi yang digunakan dalam kondisi ini yaitu mendukung pertumbuhan yang progresif. Artinya usahanya harus terus melakukan ekspansi.

**Tabel 5.** Matrik SWOT alternatif strategi pengembangan Yuka Garden

<b>IFAS</b>       <b>EFAS</b>	<b>Strengths (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi usaha strategis</li> <li>2. Memiliki tanaman hias dengan jenis yang beragam</li> <li>3. memiliki tanaman hias dengan kualitas yang bagus</li> <li>4. Penjual tanaman hias ramah terhadap pembeli</li> <li>5. Kualitas tenaga kerja yang baik</li> <li>6. Menyediakan jasa dekorasi tanaman hias</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak mempromosikan produk melalui media daring (online)</li> <li>2. Tidak adanya transportasi</li> <li>3. Pembukuaan masih kurang baik</li> </ol>
	<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi WO</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya daya beli konsumen</li> <li>2. Permintaan yang tinggi</li> <li>3. Perubahan gaya hidup masyarakat</li> <li>4. Banyaknya relasi</li> <li>5. Reputasi usaha baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memiliki banyak inovasi untuk menarik minat konsumen.</li> <li>2) Meningkatkan promosi melalui online</li> </ol>
	<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi TW</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesaing antar penjual tanaman hias</li> <li>2. Mahalnya harga pupuk dan obat</li> <li>3. Resiko tanaman rusak karena hama</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperhatikan kualitas pelayanan.</li> <li>2) Mempertahankan pelanggan.</li> </ol>

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Berdasarkan matriks SWOT di atas maka dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan dengan mengkombinasikan faktor internal dengan faktor eksternal sebagai berikut:

#### A. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO merupakan strategi yang berasal dari gabungan kekuatan internal dan eksternal. Penjelasan tiap poin dari strategi SO diantaranya adalah sebagai berikut.

##### 1. Mengadakan promo give away

Mengadakan promo give away tanaman hias dapat memperluas jaringan pemasaran sekaligus mencari konsumen lebih banyak untuk meningkatkan penjualan setiap harinya. Promo bisa dilakukan dengan memberikan salah satu jenis tanaman hias sebagai bonus untuk pembelian minimal Rp. 100.000 (besaran menyesuaikan). Strategi ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (S2, S3, dan O1).

##### 2. Memperluas pangsa pasar dengan cara meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi

Strategi memperluas pangsa pasar bisa dengan cara meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Hal ini dilakukan agar produk lebih kompetitif bersaing dengan kompetitor (S1, S2, S3, S5, O1, O2, dan O4).

##### 3. Mendorong diversifikasi variasi produk tanaman hias

Strategi diversifikasi variasi produk tanaman hias dilakukan agar produk memiliki nilai tambah, sehingga lebih memiliki keunggulan dan mampu bersaing dengan kompetitor (S1, S2, S3, S5, O1, O2, dan O4).

#### B. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WO bertujuan untuk membenahi kelemahan yang ada dengan cara mengoptimalkan peluang yang dimiliki perusahaan. Penjelasan tiap poin dari strategi WO diantaranya adalah sebagai berikut.

##### 1. Memiliki banyak inovasi untuk menarik minat konsumen.

Pelaku usaha tanaman hias penting sekali untuk melakukan inovasi, khususnya inovasi produk dan pemasaran. Mengingat perubahan zaman yang begitu cepat, sehingga pelaku usaha tanaman hias harus terus adaptif dengan kebutuhan pasar. Hal ini patut diupayakan agar usaha tanaman hias memiliki keunggulan dibandingkan pelaku usaha tanaman hias yang lain, dan tanaman hias yang dimiliki dapat diminati konsumen untuk jangka waktu yang lama (W1, O1, O4, dan O5).

##### 2. Meningkatkan promosi melalui media online

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang cukup berkembang pesat saat ini, idelanya pelaku usaha tanaman hias mengoptimalkan peran kemajuan perkembangan teknologi informasi tersebut. Hal ini perlu diupayakan agar produk tanaman hias yang dimiliki bisa dipromosikan pada segmen pasar yang lebih luas melalui platform digital, yaitu promosi produk melalui media online. Promosi melalui platform digital juga berdampak positif bagi konsumen untuk membeli tanaman hias (W1, O1, dan O4).

#### C. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi ST merupakan strategi yang bertujuan untuk melepaskan perusahaan dari ancaman eksternal dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki. Penjelasan tiap poin dari strategi ST diantaranya adalah sebagai berikut.

##### 1. Bekerja sama dengan penyuluh pertanian dalam mengatasi ancaman hama dan penyakit

Meski tidak banyak, tetapi kerap ditemui jenis hama dan penyakit yang perlu mendapatkan penanganan yang segera. Sehingga pemilik usaha perlu untuk bekerja sama dengan penyuluh pertanian guna mengatasi berbagai jenis hama dan penyakit yang menyerang tanaman hias (S1, S2, dan T3).

2. Tetap menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen.

Yuka Garden harus menjaga pola komunikasi yang baik terhadap konsumen, sehingga konsumen puas berbelanja. Selain puas dengan kualitas tanaman hiasnya, konsumen juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (S4 dan T1).

#### D. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi WT merupakan alternatif strategi yang bertujuan untuk mengeliminir kelemahan internal yang dimiliki dengan cara menghindari ancaman eksternal perusahaan. Penjelasan tiap poin dari strategi WT diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Memperhatikan kualitas pelayanan

Dengan memperhatikan pelayanan yang bagus dapat mempertahankan pelanggan seperti menyediakan lahan parkir, alat transportasi, dan ramah tamah karyawan (W2 dan T1).

2. Mempertahankan pelanggan.

Mempertahankan pelanggan dapat dilakukan dengan cara selalu mengevaluasi karyawan seberapa tingkat pelayanan yang diberikan, dan selalu menyediakan tanaman hias yang sedang trending di kalangan masyarakat (W1, W2, T1, dan T2).

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa faktor di lingkungan internal yang terdapat pada UD Yuka Garden terdiri dari aspek kekuatan dan kelemahan. Dari sisi kekuatan yang paling dominan dimiliki UD Yuka Garden yaitu faktor lokasi usaha yang strategis serta variasi tanaman hias yang beragam. Kelemahan yang paling kuat yang dimiliki yaitu tidak mempromosikan produk melalui media online. Sedangkan faktor di lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, peluang yang paling mempengaruhi yaitu meningkatnya daya beli konsumen. Sedangkan faktor ancaman yang paling mempengaruhi yaitu adanya pesaing antar penjual tanaman hias. Nilai total faktor internal dan eksternal menunjukkan nilai positif, sehingga strategi posisi usaha tanaman hias terdapat pada kuadran I. Implikasinya adalah strategi yang direkomendasikan untuk pengembangan usaha tanaman hias adalah strategi agresif, yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*).

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada UD Yuka Garden yang telah bersedia menjadi laboratorium bagi civitas akademika Fakultas Pertanian UNRAM untuk melakukan penelitian, pengabdian masyarakat dan juga kegiatan praktik kerja lapangan.

#### REFERENSI

- Anggito, A., dan Johan. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: CV. Jejak.
- David, F.R. (2006). Manajemen Strategis Konsep. Dono S, penerjemah. Jakarta (ID): Salemba Empat. Terjemahan dari: Strategic Management. Ed ke-10.

- Endah, J. (2007). *Membuat Tanaman Hias Rajin Berbunga*. Cetakan Pertama. PT AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Lakamisi, H. (2010). Prospek agribisnis tanaman hias dalam pot (POTPLANT). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 3(2), 55-59.
- Marlina, N. (2016). *Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada Citra Bunga Garden di Jalan Imam Bonjol Desa Seneubok Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat* (Doctoral Dissertation, Universitas Teuku Umar Meulaboh).
- Megasari, D., Khoiri, S., & Zamroni, A. (2021). Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19 di Mekar Jaya Nursery. In *Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan* (Vol. 1, No. 1).
- Napa, J.A (1989). *Manajemen Strategi Suatu Pendekatan Sistem*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Nursan, M., & Septiadi, D. (2020). Penentuan Prioritas Komoditas Unggulan Peternakan di Kabupaten Sumbawa Barat. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(1), 29-34. <https://doi.org/10.37149/JIA.v5i1.9789>
- Nursan, M., & Septiadi, D. (2022). Strategi Pengembangan Perikanan Tangkap di Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Bisnis Tani*, 7(2), 54-66.
- Putri, D. A. (2015). "Strategi Pemasaran Tanaman Hias di Kota Mataram'('Marketing strategies for ornamental plants in Mataram')." *Agrimansion*.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, F. (2015) *Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Septiadi, D., & Mundiayah, A. I. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43.
- Tanaya, I. G. L. P., Rosmilawati, R., Usman, A., Hidayati, A., & Septiadi, D. (2022). Analisis Tingkat Produksi dan Harga Kompetitif Tanaman Pangan Terhadap Tanaman Hortikultura di Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. *Prosiding SAINTEK*, 4, 71-77.
- Tanaya, I. G. L. P., Rosmilawati, R., Hidayati, A., & Septiadi, D. (2021). Analisis Risiko Produksi Spesialisasi Tanaman Hortikultura di Kabupaten Lombok Utara. *Prosiding SAINTEK*, 3, 315-327.
- Wahyudi, S.A, (1996). *Manajemen Strategi Pengantar Proses Berpikir Strategi*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Wulandari, H. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Sukulen (Studi: Jl. Adam Malik, Kawasan Glugur By Pass, Kota Medan Sumatera Utara)*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.