

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBIBITAN KLENGKENG (STUDI KASUS DI CV TELAGA NURSERY)

Dandi Haswen<sup>1</sup>, Istiti Purwandari<sup>2</sup>, Tri Endar Suswatiningsih<sup>3</sup>

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER Yogyakarta

2. Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER Yogyakarta

Email Korespondensi: dandihasswenn@gmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan, untuk mengetahui apa saja faktor-faktor internal perusahaan, untuk mengetahui apa saja faktor-faktor eksternal perusahaan, dan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pembibitan klengkeng di CV. Telaga Nursery. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang di kualitatifkan menggunakan analisis SWOT. Analisis ini didasarkan oleh hasil pemikiran yang dapat memaksimalkan *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang), dan secara bersamaan dapat meminimalkan *weakness* (kelemahan) dan *threat* (ancaman). *Strength* (kekuatan),

Strategi yang digunakan oleh Perusahaan CV Telaga Nursery adalah Strategi Agresif. Maksudnya strategi ini berfokus terhadap faktor SO (*Strength-Opportunities*), dengan memaksimalkan faktor kekuatan untuk memanfaatkan semua faktor peluang yang ada. Nilai dari strategi internal perusahaan, faktor kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dapat dilihat dari hasil penghitungan, yaitu nilai kekuatan 1.63 untuk nilai faktor kelemahan sebesar 1.28, dan dari segi eksternal perusahaan peluang lebih besar dari pada ancaman dengan nilai peluang 1.52 dan nilai ancaman 1.01.

**Kata Kunci :** Pembibitan, Strategi, Usaha

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Klengkeng dengan nama ilmiah *Dimocarpus Longan*, merupakan tanaman asli negeri Cina, sehingga tanaman tersebut tergolong tanaman subtropis. Klengkeng memiliki khasiat yang bagus baik dari kulit buah, daging buah, sampai biji buahnya juga. Dari jaman dahulu hingga sekarang, tanaman klengkeng sering digunakan dalam teknik pengobatan Cina. Budidaya klengkeng di Indonesia sudah tergolong lama sehingga terdapat beberapa varietas tanaman klengkengnya antara lain: Klengkeng Lokal, Pingpong, *Diamond River* dari Vietnam, dan Klengkeng Itoh dari Thailand dan Malaysia. Di Indonesia, klengkeng banyak ditemukan di pulau Jawa yang tersebar di beberapa kabupaten, antara lain Ambarawa, Magelang, Temanggung, Wonogiri di Jawa Tengah, dan Tumpang di Jawa Timur (Pratama, 2020)

Dalam upaya pengembangan usaha pembibitan klengkeng, CV. Telaga Nursery mengalami banyak kendala baik dari faktor internal maupun eksternal. Dari beberapa aspek, CV. Telaga Nursery dapat

menjadikan faktor eksternal sebagai peluang yang menguntungkan atau dapat menjadi ancaman yang membahayakan perusahaan. Serta faktor internal perusahaan dapat dijadikan kekuatan yang dapat dimaksimalkan atau dapat menjadi kelemahan yang harus diminimalkan oleh perusahaan. Kendala lainnya yang dihadapi adalah ketidaktepatan penerapan strategi.

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Penerapan strategi yang tepat dapat membantu operasi perusahaan lebih efektif dan efisien serta membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Rakib, 2017).. Dalam penentuan Strategi yang tepat diperlukannya alat bantu berupa pengambilan keputusan, yaitu Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat pendukung keputusan yang membantu manajer mengembangkan empat strategi yaitu: SO (Strengths Opportunities), WO Strategies (Weaknesses Opportunities), ST Strategies (Strengths Threats) dan WT Strategies (Weaknesses). - ancaman) (David, 2006) Bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT adalah mencocokkan faktor internal dan eksternal yang paling penting. Hal ini membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada panduan tunggal. Metode SWOT sering digunakan untuk analisis lingkungan karena merupakan cara yang mudah untuk mengembangkan strategi pengembangan bisnis..

## **B. Rumusan Masalah**

Strategi pengembangan usaha pembibitan perlu dilakukan oleh CV. Telaga Nursery agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Diperlukannya analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan yang efektif, seperti faktor eksternal (peluang dan ancaman), maupun faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Dengan dasar tersebut, diharapkan dapat disusun perencanaan bisnis yang sesuai dengan formulasi bisnis yang telah ditentukan seperti misi, tujuan, strategi dan kebijakan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor – faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi CV. Telaga Nursery?
2. Faktor – faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan ancaman bagi CV. Telaga Nursery?
3. Strategi usaha apa yang tepat untuk pengembangan pembibitan klengkeng di CV. Telaga Nursery?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor internal perusahaan
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor eksternal perusahaan
3. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pembibitan klengkeng di CV. Telaga Nursery.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dikualitatifkan. Menurut (Suyitno, 2018), penelitian deskriptif merupakan penelitian

yang berupaya untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam penelitian berdasarkan data - data serta menganalisis dan menginter-pretasikannya. Dan kualitatif adalah penelitian sosial yang menggunakan informasi yang relevan dengan interpretasi hasil.

Adapun metode penentuan lokasi penelitian yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan suatu metode pemilihan lokasi penelitian dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Meliputi lokasi penelitian dengan sengaja, peneliti menentukan lokasi penelitiannya yaitu di CV. Telaga Nursery dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Pembibitan Klengkeng”. Berdasarkan pertimbangan bahwa pemilihan lokasi ini di karenakan CV. Telaga Nursery merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada pembibitan klengkeng terbesar di Provinsi Yogyakarta, sehingga peneliti akan melakukan penelitian tentang bagaimana strategi pengembangan yang baik pada pembibitan klengkeng.

Penentuan sampel yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan suatu metode pemilihan sampel responden berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Pemilihan sampel responden didasarkan dengan Responden diharuskan memiliki pengetahuan terinci tentang pembibitan klengkeng di CV. Telaga Nursery.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yang diambil dari hasil observasi, kuesioner dan wawancara . Data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat di bagi atas sumber buku, dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi. (Sugiyono, 2013)

Selain analisis kuantitatif, hasil penelitian ini juga akan dianalisis secara deskriptif. Gunakan analisis SWOT secara kualitatif. Analisis SWOT menurut Rangkuti (2015) adalah identifikasi sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), tetapi pada saat yang sama dapat diminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman. (*threat*). Kekuatan (*strength*), kelemahan (*kelemahan*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) adalah faktor-faktornya, strategi perusahaan harus dianalisis dalam kondisi ini, hal ini juga dikenal sebagai analisis situasi dengan menggunakan model analisis SWOT. Analisis situasi yang populer adalah analisis SWOT menggunakan matriks internal Analisis Faktor (IFA) dan Analisis Faktor Matriks Eksternal

(Pendidikan untuk semua). Langkah-langkah yang diikuti adalah sebagai berikut: Metode pengolahan data dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari pemilik perusahaan untuk menganalisis kondisi perusahaan, selanjutnya merumuskan strategi pengembangan perusahaan dengan menggunakan matriks EFE dan IFE dan Matriks SWOT untuk mendapatkan beberapa strategi pengembangan yang baik (Rangkuti, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Identifikasi Faktor-Faktor Kekuatan Dan Kelemahan

Tabel 1. Identifikasi Faktor-Faktor Kekuatan Dan Kelemahan

| No. | Kekuatan   | Kelemahan   |
|-----|--|---|
| 1.  | Koordinasi internal perusahaan terlaksana dengan baik          | Jenis bibit yang dihasilkan tergolong sedikit                   |
| 2.  | Lokasi usaha pembibitan yang strategis                         | Keterbatasan lahan yang dimiliki perusahaan                     |
| 3.  | Memiliki mitra dalam pembibitan klengkeng                      | Kurangnya jumlah tenaga kerja                                   |
| 4.  | Memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan dan warga sekitar | Terbatasnya teknologi informasi                                 |
| 5.  | Memiliki bibit yang baik dan berkualitas                       | Produksi bibit tabulampot membutuhkan pemeliharaan yang telaten |
| 6.  | Ketersediaan modal yang cukup                                  | Pencatatan administrasi yang belum tertatarapi                  |
| 7.  | Memiliki SOP bibit klengkeng                                   | Jaringan pemasaran yang belum luas                              |

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

### B. Identifikasi Faktor-Faktor Peluang Dan Ancaman

Tabel 2. Identifikasi Faktor-Faktor Peluang Dan Ancaman

| No. | Peluang   | Ancaman   |
|-----|---|---|
| 1.  | Pasar klengkeng yang besar  | Tersedianya pasar bibit secara online yang semakin banyak   |
| 2.  | Produksi buah di bibit klengkeng itoh tidak bergantung pada musim | Pesaing usaha yang sejenis                                  |
| 3.  | Perkembangan teknologi pertanian                                  | Lokasi perusahaan yang terletak di tengah kota              |
| 4.  | Meminimalisir penggunaan lahan dengan menggunakan tabulampot      | Potensi masuknya pesaing baru                               |
| 5.  | Didukung warga dan stasiun tv lokal                               | Usia karyawan tetap yang akan memasuki usia non produktif   |
| 6.  | Permintaan bibit klengkeng yang besar                             | Bergantung terhadap mitra perusahaan sebagai penyedia bibit |
| 7.  | Banyaknya inovasi kuliner yang menggunakan buah klengkeng         | Kenaikan harga pupuk untuk media tanaman                    |

Sumber : Data  
Primer, Tahun  
2022

### C. Matriks IFAS

Tabel 3. Matriks  
IFAS

| Strategi Internal | Faktor-faktor strategi Internal | Bobot | Rating | Nilai |
|-------------------|---------------------------------|-------|--------|-------|
|-------------------|---------------------------------|-------|--------|-------|

|                               |    |   |             |      |             |
|-------------------------------|----|---|-------------|------|-------------|
| <i>Strength ( Kekuatan )</i>  | S1 | Koordinasi internal perusahaan terlaksana dengan baik           | 0.07        | 3.33 | 0.23        |
|                               | S2 | Lokasi usaha pembibitan yang strategis                          | 0.08        | 3.33 | 0.27        |
|                               | S3 | Memiliki mitra dalam pembibitan klengkeng                       | 0.07        | 2.67 | 0.19        |
|                               | S4 | Memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan dan warga sekitar  | 0.08        | 3.00 | 0.24        |
|                               | S5 | Memiliki bibit yang baik dan berkualitas                        | 0.09        | 3.67 | 0.33        |
|                               | S6 | Ketersediaan modal yang cukup                                   | 0.07        | 2.33 | 0.16        |
|                               | S7 | Memiliki SOP bibit klengkeng                                    | 0.07        | 3.00 | 0.21        |
| <b>Jumlah</b>                 |    |   |             |      | <b>1.63</b> |
| <i>Weakness ( Kelemahan )</i> | W1 | Jenis bibit yang dihasilkan tergolong sedikit                   | 0.07        | 3.00 | 0.21        |
|                               | W2 | Keterbatasan lahan yang dimiliki perusahaan                     | 0.07        | 2.67 | 0.19        |
|                               | W3 | Kurangnya jumlah tenaga kerja                                   | 0.07        | 3.33 | 0.23        |
|                               | W4 | Terbatasnya teknologi informasi                                 | 0.07        | 2.33 | 0.16        |
|                               | W5 | Produksi bibit tabulampot membutuhkan pemeliharaan yang telaten | 0.07        | 2.67 | 0.19        |
|                               | W6 | Pencatatan administrasi yang belum tertata rapi                 | 0.05        | 2.00 | 0.10        |
|                               | W7 | Jaringan pemasaran yang belum luas                              | 0.06        | 3.33 | 0.20        |
| <b>Jumlah</b>                 |    |   |             |      | <b>1.28</b> |
| <b>Total</b>                  |    |   | <b>1.00</b> |      | <b>2.91</b> |

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Hasilnya terlihat pada tabel di atas perhitungan matriks IFAS (*Internal Analysis Summary*) menunjukkan bahwa Faktor internal memiliki nilai total 2,91, nilai kekuatan 1,63 dan nilai 1.28 untuk kelemahan. Dapat dilihat bahwa keadaan internal perusahaan Pembibitan Klengkeng dapat memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan internal.

#### D. Matriks EFAS

Tabel 4. Matriks EFAS

| Strategi Internal              | Faktor-faktor strategi Internal | Bobot   | Rating | Nilai |      |
|--------------------------------|---------------------------------|---|--------|-------|------|
| <i>Opportunity ( Peluang )</i> | O1                              | Pasar klengkeng yang besar  | 0.06   | 2.00  | 0.12 |
|                                | O2                              | Produksi buah di bibit klengkeng itoh tidak bergantung pada musim | 0.07   | 3.33  | 0.23 |
|                                | O3                              | Perkembangan teknologi pertanian                                  | 0.06   | 3.00  | 0.18 |

|                          |    |  |             |      |             |
|--------------------------|----|--|-------------|------|-------------|
|                          | O4 | Meminimalisir penggunaan lahan dengan menggunakan tabulampot                         | 0.08        | 3.00 | 0.24        |
|                          | O5 | Didukung warga dan stasiun tv lokal  | 0.08        | 3.33 | 0.27        |
|                          | O6 | Permintaan bibit klengkeng yang besar  | 0.08        | 3.33 | 0.27        |
|                          | O7 | Banyaknya inovasi kuliner yang menggunakan buah klengkeng                            | 0.07        | 3.00 | 0.21        |
| <b>Jumlah</b>            |    |  |             |      | <b>1.52</b> |
| <i>Threats (Ancaman)</i> | T1 | Jumlah bibit yang dihasilkan masih sedikit dibanding perusahaan pembibitan yang lain | 0.07        | 2.33 | 0.16        |
|                          | T2 | Pesaing usaha yang sejenis   | 0.08        | 2.67 | 0.21        |
|                          | T3 | Lokasi perusahaan yang terletak di tengah kota                                       | 0.07        | 2.00 | 0.14        |
|                          | T4 | Potensi masuknya pesaing baru  | 0.07        | 1.67 | 0.12        |
|                          | T5 | Usia karyawan tetap yang akan memasuki usia non produktif                            | 0.06        | 2.00 | 0.12        |
|                          | T6 | Bergantung terhadap mitra perusahaan sebagai penyedia bibit                          | 0.07        | 1.67 | 0.12        |
|                          | T7 | Kenaikan harga pupuk untuk media tanam   | 0.07        | 2.00 | 0.24        |
| <b>Jumlah</b>            |    |  |             |      | <b>1.01</b> |
| <b>Total</b>             |    |  | <b>1.00</b> |      | <b>2.53</b> |

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

## E. Penggabungan dan Hasil Analisis IFAS dan EFAS

Tabel 5. Penggabungan Analisis IFAS dan EFAS

| Strategi Internal          |    | Faktor-faktor strategi Internal                            | Bobot | Rating | Nilai |
|----------------------------|----|--|-------|--------|-------|
| <i>Strength (Kekuatan)</i> | S1 | Koordinasi internal perusahaan yang terlaksana dengan baik | 0.07  | 3.33   | 0.23  |
|                            | S2 | Lokasi usaha pembibitan yang strategis                     | 0.08  | 3.33   | 0.27  |
|                            | S3 | Memiliki mitra dalam pembibitan klengkeng                  | 0.07  | 2.67   | 0.19  |

|                                   |    |   |              |               |              |
|-----------------------------------|----|---|--------------|---------------|--------------|
|                                   | S4 | Memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan dan warga sekitar  | 0.08         | 3.00          | 0.24         |
|                                   | S5 | Memiliki bibit yang baik dan berkualitas                        | 0.09         | 3.67          | 0.33         |
|                                   | S6 | Ketersediaan modal yang cukup                                   | 0.07         | 2.33          | 0.16         |
|                                   | S7 | Memiliki SOP bibit klengkeng                                    | 0.07         | 3.00          | 0.21         |
| <b>Jumlah</b>                     |    |   |              |               | <b>1.63</b>  |
| <i>Weakness ( Kelemahan )</i>     | W1 | Terbatasnya jumlah bibit yang dihasilkan                        | 0.07         | 3.00          | 0.21         |
|                                   | W2 | Keterbatasan lahan yang dimiliki perusahaan                     | 0.07         | 2.67          | 0.19         |
|                                   | W3 | Kurangnya jumlah tenaga kerja                                   | 0.07         | 3.33          | 0.23         |
|                                   | W4 | Terbatasnya teknologi informasi                                 | 0.07         | 2.33          | 0.16         |
|                                   | W5 | Produksi bibit tabulampot membutuhkan pemeliharaan yang telaten | 0.07         | 2.67          | 0.19         |
|                                   | W6 | Pencatatan administrasi yang belum tertata rapi                 | 0.05         | 2.00          | 0.10         |
|                                   | W7 | Jaringan pemasaran yang belum luas                              | 0.06         | 3.33          | 0.20         |
| <b>Jumlah</b>                     |    |   |              |               | <b>1.28</b>  |
| <b>Total</b>                      |    |   | <b>1.00</b>  |               | <b>2.91</b>  |
| <b>Selisih kekuatan-kelemahan</b> |    |   |              |               | <b>0.35</b>  |
| <b>Strategi Eksternal</b>         |    | <b>Faktor-faktor strategi Eksternal</b>                         | <b>Bobot</b> | <b>Rating</b> | <b>Nilai</b> |
| <i>Opportunity ( Peluang )</i>    | O1 | Pasar klengkeng yang besar                                      | 0.06         | 2.00          | 0.12         |
|                                   | O2 | Pembuahan bibit klengkeng itoh tidak bergantung pada musim      | 0.07         | 3.33          | 0.23         |
|                                   | O3 | Perkembangan teknologi pertanian                                | 0.06         | 3.00          | 0.18         |
|                                   | O4 | Meminimalisir penggunaan lahan dengan menggunakan tabulampot    | 0.08         | 3.00          | 0.24         |
|                                   | O5 | Didukung warga dan stasiun tv sekitar                           | 0.08         | 3.33          | 0.27         |

|                                |    |  |             |      |             |
|--------------------------------|----|--|-------------|------|-------------|
|                                | O6 | Permintaan bibit klengkeng yang besar  | 0.08        | 3.33 | 0.27        |
|                                | O7 | Banyaknya inovasi kuliner yang menggunakan buah klengkeng                            | 0.07        | 3.00 | 0.21        |
| <b>Jumlah</b>                  |    |  |             |      | <b>1.52</b> |
| <i>Threats (Ancaman)</i>       | T1 | Jumlah bibit yang dihasilkan masih sedikit dibanding perusahaan pembibitan yang lain | 0.07        | 2.33 | 0.16        |
|                                | T2 | Pesaing usaha yang sejenis   | 0.08        | 2.67 | 0.21        |
|                                | T3 | Lokasi perusahaan yang terletak di tengah kota                                       | 0.07        | 2.00 | 0.14        |
|                                | T4 | Potensi masuknya pesaing baru  | 0.07        | 1.67 | 0.12        |
|                                | T5 | Usiakaryawan tetap yang akan memasuki usia non produktif                             | 0.06        | 2.00 | 0.12        |
|                                | T6 | Bergantung terhadap mitra perusahaan sebagai penyedia bibit                          | 0.07        | 1.67 | 0.12        |
|                                | T7 | Kenaikan harga pupuk untuk media tanam   | 0.07        | 2.00 | 0.24        |
| <b>Jumlah</b>                  |    |  |             |      | <b>1.01</b> |
| <b>Total</b>                   |    |  | <b>1.00</b> |      | <b>2.53</b> |
| <b>Selisih Peluang-Ancaman</b> |    |  |             |      | <b>0.51</b> |

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Berdasarkan perhitungan EFAS dan IFAS di atas, menunjukkan bahwa :

a. Dari segi internal : *Strength* > *Weakness*

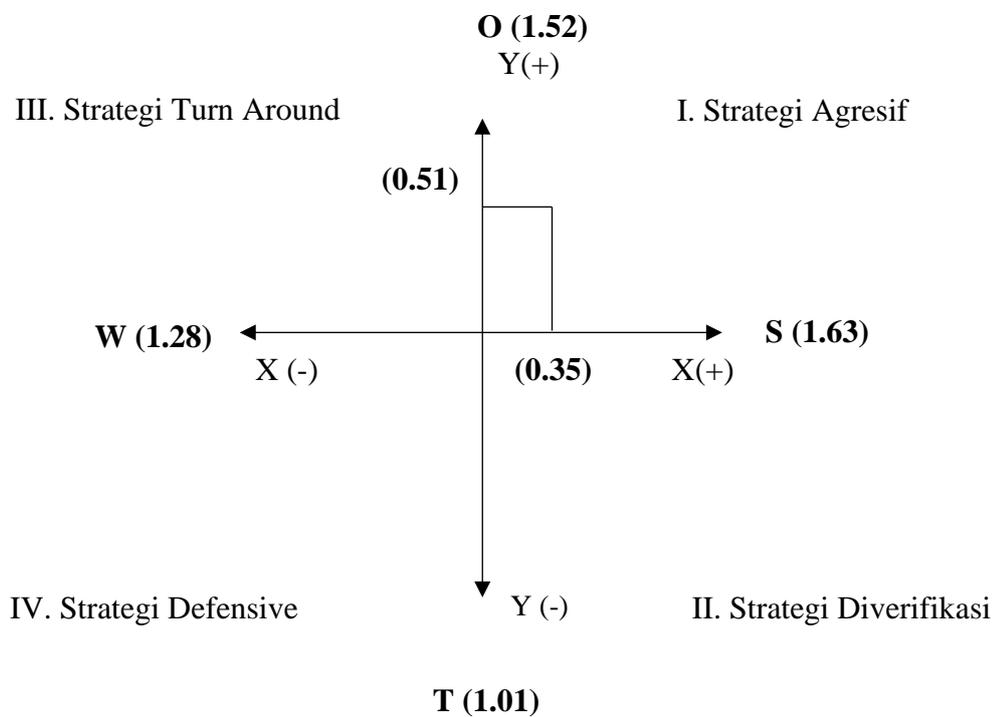
$$1.63 > 1.28$$

b. Dari segi eksternal : *Opportunity* > *Threats*

$$1.52 > 1.01$$

## F. Kuadran SWOT

Gambar 1. Matriks Swot



Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha pembibitan tanaman klengkeng CV Telaga Nursery, untuk penggunaan internal itu menghasilkan angka 0,35 artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan di mana kekuatan lebih besar daripada kelemahan. Untuk faktor eksternal menghasilkan angka 0,51, yang berarti nilai tersebut merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana nilai peluang lebih besar daripada ancaman. Hasil ini merupakan bagaimana pembibitan tanaman klengkeng CV Telaga Nursery ini berada pada daerah strategi I (*Strategy Agresif*) atau SO. Strategi SO berada di situasi yang sangat menguntungkan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Selain strategi SO ada juga beberapa strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu strategi ST yang memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman yang

**G. Matriks SWOT**

Tabel 5. Matriks SWOT

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>Faktor Internal</b></p>   | <p><b>STRENGTH (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinasi internal perusahaan terlaksana dengan baik</li> <li>2. Lokasi usaha pembibitan yang strategis</li> <li>3. Memiliki mitra dalam pembibitan klengkeng</li> <li>4. Memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan dan warga sekitar</li> <li>5. Memiliki bibit yang baik dan berkualitas</li> <li>6. Ketersediaan modal yang cukup</li> <li>7. Memiliki SOP bibit klengkeng</li> </ol> | <p><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis bibit yang dihasilkan tergolong sedikit</li> <li>2. Keterbatasan lahan yang dimiliki perusahaan</li> <li>3. Kurangnya jumlah tenaga kerja</li> <li>4. Terbatasnya teknologi informasi</li> <li>5. Produksi bibit tabulampot membutuhkan pemeliharaan yang telaten</li> <li>6. Pencatatan administrasi yang belum tertatarapi</li> <li>7. Jaringan pemasaran yang belum luas</li> </ol> |
| <p><b>OPPORTUNITY (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar klengkeng yang besar</li> <li>2. Produksi buah di bibit klengkeng itoh tidak bergantung pada musim</li> <li>3. Perkembangan teknologi pertanian</li> <li>4. Meminimalisir penggunaan lahan</li> </ol> | <p><b>S – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki hubungan yang baik dengan warga sekitar, sehingga dapat memanfaatkan hubungan tersebut berupa penyewaan lahan tanaman dan penyewaan tenaga kerja dengan warga sekitar</li> <li>2. Ketersediaan modal yang cukup sehingga</li> </ol>  | <p><b>W – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempromosikan bibit klengkeng lewat stasiun tv sekitar serta global agar dapat memperluas jaringan pemasaran bibit klengkengnya.</li> <li>2. Memaksimalkan penggunaan lahan yang sempit dengan</li> </ol>   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>dengan menggunakan tabulampot</p> <p>5. Didukung warga dan stasiun tv lokal</p> <p>6. Permintaan bibit klengkeng yang besar</p> <p>7. Banyaknya inovasi kuliner yang menggunakan buah klengkeng</p>  | <p>dapat memproduksi bibit tabulampot agar meminimalisir penggunaan lahan yang ada serta memanfaatkan modal agar dapat mencukupi kebutuhan tabulampot klengkeng seperti pot dan pupuk.</p> <p>3. Memiliki bibit yang baik dan berkualitas sehingga membuat pelanggan tertarik dan tidak berpindah tempat dalam membeli bibit</p> | <p>menggunakan tabulampot.</p>   |
| <p><b>THREATS (T)</b></p> <p>1. Jumlah bibit yang dihasilkan oleh perusahaan masih sedikit</p> <p>2. Pesaing usaha yang sejenis</p> <p>3. Lokasi perusahaan yang terletak di tengah kota</p> <p>4. Potensi masuknya pesaing baru</p> <p>5. Usia karyawan tetap yang akan memasuki usia non produktif</p> <p>6. Bergantung terhadap mitra perusahaan sebagai penyedia bibit</p> <p>7. Kenaikan harga pupuk untuk media tanam</p> | <p><b>S – T</b></p> <p>1. Meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan agar pembeli tidak beralih ketempat lain</p> <p>2. Meningkatkan produksi bibit dengan modal yang cukup agar tidak bergantung kepada mitra perusahaan</p>  | <p><b>W – T</b></p> <p>1. Menambah tenaga kerja yang baru dengan usia produktif agar menambah pemikiran yang inovatif terhadap usaha pembibitan klengkeng di CV Telaga Nursery</p> |

## **KESIMPULAN**

Strategi yang digunakan oleh perusahaan CV Telaga Nursery adalah Strategi Agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada SO (Strength-Opportunities) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan adalah memiliki hubungan yang baik dengan warga sekitar sehingga dapat memanfaatkan hubungan tersebut berupa penyewaan lahan tanaman, dan penyewaan tenaga kerja dengan warga sekitar, ketersediaan modal yang cukup sehingga dapat memproduksi bibit tabulampot agar meminimalisir penggunaan lahan yang ada serta memanfaatkan modal agar dapat mencukupi kebutuhan tabulampot klengkeng seperti pot dan pupuk, memiliki bibit yang baik dan berkualitas sehingga membuat pelanggan tertarik dan tidak berpindah tempat dalam membeli bibit. Dari segi internal perusahaan kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dapat dilihat dari hasil penghitungan, yaitu nilai kekuatan 1.63 dan nilai kelemahan sebesar 1.28, dan dari segi eksternal perusahaan peluang lebih besar dari pada ancaman dengan nilai peluang 1.52 dan nilai ancaman 1.01.

## **SARAN**

Kepada perusahaan CV Telaga Nursery dapat mengembangkan perusahaan yang lebih maju baik dari aspek teknologi maupun aspek produksi, sehingga dapat menjadikan usaha pembibitan tanaman klengkengnya menjadi usaha bibit no satu di Indonesia bahkan dunia

## **DAFTAR PUSTAKA**

- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, Y. (2020). *Tanaman Klengkeng, Klasifikasi, Ciri Morfologi, Manfaat, Dan Cara Budidaya*. Retrieved from Dosen Pertanian: <https://dosenpertanian.com/tanaman-klengkeng/>
- Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan. *sosiohumaniora*, 114 - 120.
- Rangkuti, F. (2015). *Manajemen Strategi : Concept and Cases*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Akademia Pustaka.