

STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIAS PADA CV. DIAN PURNAMA DI KOTA PALANGKA RAYA

¹Zakaria Hanelunu, ²Revi Sunaryati, ³Berkat AP

¹Alumnus Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

^{2,3}Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : 1). Mengetahui faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam lingkungan internal dan eksternal pemasaran tanaman hias usaha CV. Dian Purnama. 2). Menentukan strategi pemasaran yang tepat pada usaha CV. Dian Purnama. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian dilaksanakan di Jl. Yos Sudarso No.66 Kecamatan Jekan Raya Kelurahan Menteng Kota Palangka Raya yang dilakukan selama 1 tahun terhitung dari April 2021 hingga Maret 2022. Jenis dan sumber data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan memberikan kuisisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi usaha CV. Dian Purnama pada kuadran SWOT berada pada kuadran 1 (0,689 : 0,813), artinya posisi usaha tersebut pada situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).

Kata Kunci : Tanaman Hias, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

The objectives of this research are : 1). Knowing what factors are contained in the internal and external environment of CV. Dian Purnama's ornamental plant marketing business. 2). Determine the right marketing strategy for CV. Dian Purnama's business. This research is a quantitative and qualitative research. The research was conducted on Jl. Yos Sudarso No.66 Jekan Raya District, Menteng Village, Palangka Raya City, which was carried out for 1 year from April 2021 to March 2022. The types and sources of data used in this study were primary data and secondary data. Methods of collecting data by means of observation, interviews, and questionnaires. The results showed that CV Dian Purnama's business position in the SWOT quadrant was in quadrant 1 (0.689: 0.813), meaning that the business position was in a very profitable situation. The company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that must be applied in this condition is to support aggressive growth (growth oriented strategy).

Keywords: Ornamental Plants, Marketing Strategy, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung lebih dari dua tahun ini ternyata memberikan dampak yang luar biasa bagi perkembangan agribisnis tanaman hias di Indonesia. Bisnis tanaman hias kelompok bunga potong mengalami penurunan omset yang cukup tinggi. Adanya pelarangan secara resmi acara-acara seremonial seperti pesta pernikahan dan penutupan hotel-hotel, resto, dan tempat-tempat rekreasi pada masa pandemi ini, menyebabkan kebutuhan bunga potong untuk dekorasi menurun secara drastis. Namun fenomena sebaliknya terjadi pada kelompok tanaman hias pot, khususnya tanaman hias daun seperti jenis-jenis philodendron, anthurium, monstera, aglonema sygonium, calathea, dll yang justru booming dan melonjak permintaannya dimasa pandemi ini.

Fenomena ini salah satunya dipicu oleh adanya pembatasan aktivitas di luar rumah, sehingga banyak waktu luang di rumah selama pandemi Covid-19 dan ini membuat banyak orang mengeksplorasi hobi baru yaitu merawat tanaman hias dan menangkap peluang bisnis baru ditengah keterbatasan bisnis akibat pandemi. Pemicu lain boomingnya tanaman hias daun pot ditengah masa pandemi ini yaitu adanya media online yang memudahkan terjadinya transaksi jual beli, sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan mendunia, serta karena beberapa negara produsen tanaman hias pesaing/*competitor* seperti Thailand dan Malaysia tidak bisa melakukan ekspor ke negara lain

termasuk ke Indonesia karena ada kebijakan *lockdown* dinegaranya. Kondisi ini dimanfaatkan oleh produsen tanaman hias lokal di Indonesia untuk mengisi kekosongan pasar lokal dan melakukan ekspor ke beberapa negara.

Tingginya permintaan pasar baik lokal maupun global menjadi salah satu penyebab harga beberapa jenis tanaman hias daun, terutama untuk jenis philodendron dan monstera menjadi sangat mahal, terutama untuk jenis-jenis variegata, warna gelap, *pink* dan velvet. Hal ini terjadi karena tanaman-tanaman tersebut menjadi sulit ditemui dipasaran karena ketidakterediaan/keterbatasan stok tanaman yang dimiliki. Namun tidak bisa dipungkiri peluang munculnya *influencer* yang beraksi, yang memiliki kepentingan tertentu.

Ternyata wabah tanaman hias tidak hanya melanda para penikmatnya. Ketika pasar sedang terkagum-kagum dengan jenis atau varietas tanaman hias yang ada para pemilik tempat pembibitan/pembenihan (*nursery*) diam-diam mempersiapkan jenis tanaman hias baru yang tentu saja akan memiliki keunikan dan keindahan tersendiri. Para pemilik tempat pembibitan/pembenihan (*nursery*) di Thailand dan Taiwan merupakan contoh yang tidak pernah berhenti menyilangkan tanaman-tanamannya untuk mendapatkan varietas baru yang lebih unik dan menarik perhatian para kolektor ataupun hobiis, terutama kolektor dan hobiis di Indonesia. Demikian pula para pemilik tempat pembibitan/pembenihan (*nursery*) didalam negeri, mereka selalu punya ide untuk menghindari kejenuhan pasar dengan menghadirkan tanaman-tanaman hias jenis terbaru. Kehadiran jenis atau varietas baru akan membuat dunia tanaman hias selalu dinamis, penuh

keindahan, serta dapat menjadikan peluang bisnis (Endah, 2008).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. UMKM telah lama menjadi pondasi yang kokoh sekaligus penggerak dinamika dari sistem ekonomi kita. UMKM juga sangat berperan dalam membantu program pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Usaha CV. Dian Purnama merupakan salah satu usaha menengah yang telah berdiri sekitar tahun 1997 dan sudah dikenal di Kota Palangka Raya. Hal ini disebabkan karena keindahan bunga yang dijual membuat masyarakat tertarik untuk membelinya. Bapak Gito (almarhum) suami dari Ibu Dian Purnama adalah pemilik usaha tanaman hias yang sudah berdiri kurang lebih dua puluh lima tahun yang sudah memiliki tiga cabang di Kota Palangka Raya dan juga memiliki usaha di Kota Malang.

Salah satu strategi pemasaran tanaman hias adalah menjual tanaman dalam kondisi yang sudah tertanam dalam pot. Beberapa pertimbangan konsumen yaitu dengan membeli tanaman yang sudah ditanam dalam pot untuk dapat langsung dilihat keindahan tanaman tersebut. Dalam memasarkan tanaman tersebut kita juga harus memperhitungkan adanya tambahan biaya produksi yaitu untuk pembelian pot bunga, air sebagai penyiraman, tenaga kerja dan alat-alat lainnya.

Untuk mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan perlu menyusun strategi sedemikian rupa. Dalam merumuskan strategi perusahaan maka

diidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Pengidentifikasi dapat dilakukan dengan analisis SWOT yaitu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2009).

Rumusan Masalah

Kebutuhan tanaman hias secara umum cenderung meningkat dari waktu ke waktu dikarenakan semakin banyak pembangunan-pembangunan dan untuk memperindah dekorasinya diperlukan tanaman hias. Hal ini membuka peluang usaha yang menjanjikan pada komoditas tanaman hias, baik untuk kebutuhan di Kota Palangka Raya atau di luar Kota Palangka Raya. Turun dan naiknya produksi serta produktivitas tanaman hias merupakan akumulasi dari beberapa permasalahan seperti ketersediaan benih atau bibit bermutu, penguasaan teknologi, permodalan, kelembagaan usaha, saluran pemasaran, tanaga kerja serta dukungan kebijakan pemerintah yang keseluruhannya merupakan permasalahan sistem yang belum berjalan secara optimal.

Berdasarkan dari hasil observasi, rata-rata UMKM merasakan penurunan omset selama adanya Covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada diluar rumah. Temuan lain berdasarkan observasi, tidak semua UMKM harus menutup usahanya, ada UMKM yang masih bertahan meskipun mengalami penurunan omzet penjualan. Serta melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan

beberapa strategi pemasaran untuk bertahan. Selama pandemi berlangsung CV. Dian Purnama pun mengalami penurunan omzet secara drastis terutama di awal pandemi. Dimana awalnya banyak masyarakat yang membeli tanaman hias dan penyewaan tanaman hias menjadi sedikit sekali pembelian dan penyewaan tanaman hias, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi masalah tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapatkan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh usaha CV. Dian Purnama?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada usaha CV. Dian Purnama?

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah pada CV. Dian Purnama. Penentuan lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan bahwa CV. Dian Purnama tersebut perusahaan menengah atau industri menengah yang sudah berdiri sekitar 25 tahun dan memiliki tiga cabang di Kota Palangka Raya.

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama 1 tahun lebih yaitu mulai dari bulan April 2021 sampai dengan Maret 2022, yang meliputi penyusunan proposal, pengumpulan data, analisis data dan penyusunan laporan hasil penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan pengusaha tanaman hias CV. Dian

Purnama, konsumen yang membeli tanaman hias, serta pesaing atau lembaga lain yang juga pengusaha dalam bidang tanaman hias.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari data yang bersumber dari beberapa instansi terkait, internet, dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melihat dan mengamati objek penelitian secara langsung terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

- b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara memberikan tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden baik responden internal maupun responden eksternal yang bertujuan untuk memperoleh keterangan yang sesuai dengan penelitian.

- c. Memberikan Kuesioner

Responden yang dipilih adalah responden yang memiliki kontribusi besar terhadap perumusan dan pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan. Kuesioner ini berisi kumpulan pertanyaan yang merupakan hasil dari beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu, diatur dalam urutan dan dikelola sendiri serta dalam pengisiannya dipandu oleh peneliti.

Pengambilan Informasi kunci

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan informasi kunci kepada responden yang bersangkutan untuk dapat mengisi kuisisioner penelitian. Pihak-pihak yang bersangkutan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Pengambilan Informasi kunci

Keterangan	Jumlah
Pemilik usaha	1 orang

Pesaing	5 orang
Konsumen	5 orang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tempat Penelitian

CV. Dian Purnama merupakan salah satu usaha menengah yang bergerak dalam bidang pemasaran tanaman hias dan tanaman buah-buahan yang sudah berdiri sekitar tahun 1997 yang dulunya terletak di Jalan Lambung Mangkurat dan sejak tahun 2017 berpindah tempat ke jalan Yos Sudarso Kota Palangka Raya. Modal awal yang dikeluarkan oleh Ibu Dian Purnama adalah sebanyak Rp 1.000.000,-. Modal awal tersebut dikeluarkan untuk membeli peralatan kebutuhan usaha yaitu, membeli pot bunga, membeli peralatan stek bunga, selang air untuk penyiraman bunga, dan alat lainnya yang dirasa diperlukan.

Produksi bunga yang dipasarkan oleh usaha Citra Bunga Garden yaitu bunga yang sudah ditanam dalam pot, bunga tersebut sudah dapat dilihat langsung keindahannya sehingga si pembeli tertarik untuk membelinya, tanaman yang dijual pun bermacam-macam jenis, harga yang ditawarkanpun berdasarkan jenis yang diminta oleh konsumen mulai dari harga Rp 15.000 sampai dengan Rp 10.000.000 sesuai dengan permintaan konsumen.

Adapun pesaing yang juga bergerak dalam usaha tanaman hias berdasarkan observasi peneliti dilapangan sangat banyak sekitar 100 pengusaha tanaman hias yang berada pada satu jalur lokasi. Untuk 75 pengusaha tanaman hias di antaranya bernaung di bawah Koperasi Palampang tarung termasuk CV. Dian Purnama.

Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu keseluruhan sistem yang meliputi

kegiatan-kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan produk, harga, mempromosikan, mendistribusikan barang (jasa) untuk memuaskan kebutuhan para konsumen rumah tangga maupun konsumen industri:

1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan oleh usaha CV. Dian Purnama yaitu tanaman hias dan tanaman bibit buah-buahan yang beragam jenis. Jenis tanaman yang dijual diusaha CV. Dian Purnama yaitu sebanyak 200 lebih jenis tanaman. Jenis tanaman hias yang dijual yaitu tanaman hias bunga, daun dan batang dan yang paling banyak tanaman hias daun.

2. *Price* (Harga)

Harga yang ditawarkan oleh pengusaha tanaman hias CV. Dian Purnama bervariasi sesuai dengan jenis tanaman mulai dari yang paling murah bunga mawar dengan harga Rp 15.000 sampai harga yang paling mahal yaitu bonsai dolar mencapai Rp 10.000.000. Untuk lebih jelasnya harga beberapa tanaman hias dapat dilihat pada lampiran 4.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi tanaman hias mudah dilakukan karena usaha ini terletak dipemukiman ramai sehingga orang-orang lebih mudah mengetahui karena letak tempat yang strategis dan tepat. Berikut ini adalah beberapa cara mempromosikan yang akan dilakukan yaitu :

1. Melakukan penjualan secara langsung, karena langsung bertemu dengan pembelinya dan bisa langsung mempromosikan tanaman yang akan dijual.
2. Melakukan dengan cara tradisional dari mulut kemulut, cara ini merupakan cara tradisional yang masih terbilang efektif sehingga

sekarang cara yang paling mudah dan lebih gampang.

4. *Place* (Saluran Distribusi)

Dalam menyalurkan produk tanaman hias ini Ibu Dian Purnama yaitu dengan cara melayani pembeli yang langsung datang ke lokasi usaha atau juga ada pesanan dalam jumlah yang banyak akan langsung di lokasi pemesan. Selain itu juga usaha Ibu Dian Purnama ini menyediakan layanan pembuatan taman, penyewaan dekorasi tanaman hias untuk berbagai acara dan pemeliharaan tanaman hias rutin setiap bulan untuk kantor dan lain-lain.

Analisis SWOT

Tahapan Penentuan S, W, O, dan T

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam lingkungan internal dan eksternal pemasaran tanaman hias usaha CV. Dian Purnama maka dilakukan tahapan penentuan *strengths* (S), *weakness* (W), *opportunities* (O) dan *threats* (T) sebagai berikut:

A. Faktor Internal

1. Kekuatan (*Strengths*)

1.1 Usaha sudah berpengalaman.

Usaha telah berdiri dari tahun 1997 hingga sekarang. Ibu Dian Purnama sudah sangat berpengalaman dalam pemasaran tanaman hias dan juga dalam hal pemeliharaan segala jenis tanaman hias baik tanaman hias. Usaha yang telah lama berdiri juga membuat relasi yang banyak dan semakin kuat baik untuk individu maupun instansi dan lain-lain.

1.2 Pelayanan baik.

Berbagai pelayanan yang dilakukan CV. Dian Purnama untuk menarik minat masyarakat/konsumen yaitu

pembuatan taman, relief, kolam hias, air mancur, *cleaning service* taman dan penyewaan dekorasi tanaman hias untuk berbagai acara/kegiatan. Selain itu juga pelayanan juga bisa berupa penawaran harga, pemesanan secara *online* dan pengantaran.

1.3 Tempatnya bersih dan luas

Lokasi usaha yang bersih dan luas juga memiliki daya tarik tersendiri sehingga membuat pembeli merasa nyaman dan tertarik untuk membeli tanaman hias yang di jual atau di tawarkan.

1.4 Modal dan kepemilikan usaha pribadi

Modal awal dimiliki cukup untuk menjalankan usaha tanpa harus melakukan pinjaman pada pihak lain seperti Bank. Kepemilikan pribadi membuat seluruh hasil usaha menjadi milik sendiri tanpa adanya pembagian hasil dengan pihak lain.

1.5 Memiliki beragam jenis tanaman CV. Dian Purnama memiliki beragam jenis tanaman hias baik itu berupa tanaman hias bunga, daun dan batang. Dikarenakan lokasi usaha yang cukup luas membuat daya tampung tanaman juga banyak.

2. Kelemahan (*Weakness*)

2.1 Lokasi usaha tidak tetap

Karena lokasi usaha adalah milik pemerintah yang disewa, usaha sewaktu-waktu mungkin akan berpindah karena sebelumnya lokasi usaha berasal dari jalan Lambung Mangkurat dan Garuda yang sekarang di jalan Yos Sudarso ujung.

2.2 Lemahnya kegiatan produksi

Karena keterampilan karyawan yang kurang membuat tanaman

hias hasil budidaya sendiri sedikit dan banyak memesan tanaman hias dari pulau jawa.

2.3 Lemahnya kegiatan promosi
Pada usaha tanaman hias CV. Dian Purnama masih lemahnya kegiatan promosi produk. Kegiatan promosi usaha tidak ada dilakukan melalui media cetak dan elektronik hanya dilakukan melalui mulut kemulut saja.

2.4 Lokasi usaha bukan milik sendiri
Lokasi usaha masih sewa, di mana lahan bagian depan milik pemerintah kota sedangkan lahan bagian belakang milik Universitas Palangka Raya.

2.5 Seringnya mengalami pergantian karyawan
Dikarenakan seringnya pergantian karyawan dalam beberapa tahun terakhir membuat keterampilan dan pengalaman karyawan dalam banyak hal menjadi kurang.

B. Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunities*)

1.1 Dekat pusat kota

Keramaian kota membuat peluang usaha tanaman hias semakin bagus dikarenakan sarana dan prasarana semakin tersedia untuk menunjang kegiatan usaha.

1.2 Berkembangnya pemukiman penduduk

Pada usaha CV. Dian Purnama dilingkungan usaha banyak terdapat perumahan, ruko, perkantoran, sekolah dan lain-lain sehingga menjadi peluang bisnis tanaman hias, usaha ini semakin berkembang dan maju karna semakin banyak masyarakat yang membutuhkan tanaman hias untuk mempercantik lingkungan rumah maupun yang lainnya.

1.3 Tren tanaman hias

Tren tanaman hias tertentu menjadi peluang yang besar bagi pengusaha tanaman hias dikarenakan harganya yang bisa meroket dan permintaan yang meningkat.

1.4 Ruang lingkup pemasaran luas

Target pemasaran yang banyak semakin membuka peluang dalam berusaha tanaman hias.

1.5 Teknologi yang semakin maju

Teknologi yang semakin maju membuat interaksi kepada masyarakat semakin mudah baik itu dalam melakukan promosi, pelayanan dan lain-lain.

2. Ancaman (*Threats*)

2.1 Banyaknya pesaing

Di sekitar usaha CV. Dian Purnama terdapat banyak pengusaha lain yang juga menjual tanaman hias. Di karenakan pemerintah memfokuskan pengusaha tanaman hias berkumpul di satu lokasi.

2.2 Usaha yang mudah ditiru

Usaha tanaman hias ini bisa dilakukan oleh siapa saja, karna cara menjalankan yang mudah sehingga persaingan pun semakin ketat.

2.3 Tidak adanya penjagaan saat malam hari

Lokasi usaha yang berada di pinggir jalan dan tanpa adanya penjagaan saat malam hari membuat tanaman hias rentan di curi atau di rusak.

2.4 Kondisi cuaca yang tidak menentu

Kondisi cuaca yang tidak menentu membuat tanaman hias rentan terhadap hama, penyakit dan kekeringan sehingga di

perlu pemeliharaan rutin dan teratur.

- 2.5 Dalam masa pandemi Covid-19 Masa pandemi Covid-19 membuat penjualan dan penyewaan tanaman hias menjadi menurun di karenakan beberapa aturan dan larangan pemerintah yang harus di patuhi masyarakat.

Tahapan Formulasi Strategi

Setelah mengklasifikasikan berbagai kemungkinan dari faktor internal dan eksternal, serta agar mudah menentukan hasil analisis maka akan digunakan matriks SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kelemahan dan kekuatan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Diagram Matrik SWOT

Faktor Internal	Kekuatan/<i>Strenght</i> (S)	Kelemahan/<i>Weakness</i> (W)
	S ₁ Usaha sudah berpengalaman S ₂ Pelayanan baik S ₃ Tempatnya bersih dan luas S ₄ Modal dan kepemilikan usaha pribadi S ₅ Memiliki beragam jenis tanaman	W ₁ Lokasi usaha tidak tetap W ₂ Lemahnya kegiatan produksi W ₃ Lemahnya kegiatan promosi W ₄ Lokasi usaha bukan milik sendiri W ₅ Seringnya mengalami pergantian karyawan
Faktor Eksternal		
Peluang/<i>Opportunities</i> (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
O ₁ Dekat pusat kota O ₂ Berkembangnya pemukiman penduduk O ₃ Tren tanaman hias O ₄ Ruang lingkup pemasaran luas O ₅ Teknologi yang semakin maju	S-O	W-O
Ancaman/<i>Threats</i> (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
T ₁ Banyaknya pesaing T ₂ Usaha yang mudah ditiru T ₃ Tidak adanya penjagaan saat malam hari T ₄ Kondisi cuaca yang tidak menentu T ₅ Dalam masa pandemi Covid-19	S.T	W-T

Tahapan Pengambilan Keputusan

Untuk menentukan kuadran posisi usaha tanaman hias CV. Dian Purnama

dapat dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu strategi eksternal. Faktor Analisis Sumary (EFAS) dengan memberikan bobot, rating dan komentar. Kemudian selanjutnya menentukan strategi internal Faktor Analisis Sumary (IFAS) dengan memberikan bobot, rating

dan komentar. Setelah EFAS dan IFAS ditentukan langkah selanjutnya adalah melihat selisih antara peluang dan ancaman dan selisih antara kekuatan dan kelemahan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini:

Tabel 3. EFAS Struktur Analisis SWOT CV. Dian Purnama

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	BxR
PELUANG			
Dekat pusat kota	0.100	3	0.300
Berkembangnya pemukiman penduduk	0.111	3	0.333
Tren tanaman hias	0.122	3	0.366
Ruang lingkup pemasaran luas	0.122	3	0.366
Teknologi yang semakin maju	0.139	3	0.417
Jumlah			1.782
ANCAMAN			
Banyaknya pesaing	0.089	3	0.267
Usaha yang mudah ditiru	0.072	3	0.216
Tidak adanya penjagaan saat malam hari	0.061	3	0.183
Kondisi cuaca yang tidak menentu	0.061	3	0.183
Dalam masa pandemi Covid-19	0.122	2	0.244
Jumlah			1.093
TOTAL BOBOT		1,000	

Sumber : Data diolah, 2022

Selisih antara peluang dan ancaman = $1,782 - 1,093 = 0,689$. Dikarenakan nilai bobot rating peluang (O = 1,782) dikurangi dengan bobot rating ancaman (T = 1,093) sehingga diperoleh hasil = $0,689$. Dikarenakan hasilnya adalah positif maka letaknya berada pada peluang.

Tabel 4. IFAS Struktur Analisis SWOT CV. Dian Purnama

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	BxR
KEKUATAN			
Usaha sudah berpengalaman	0.128	3	0.384

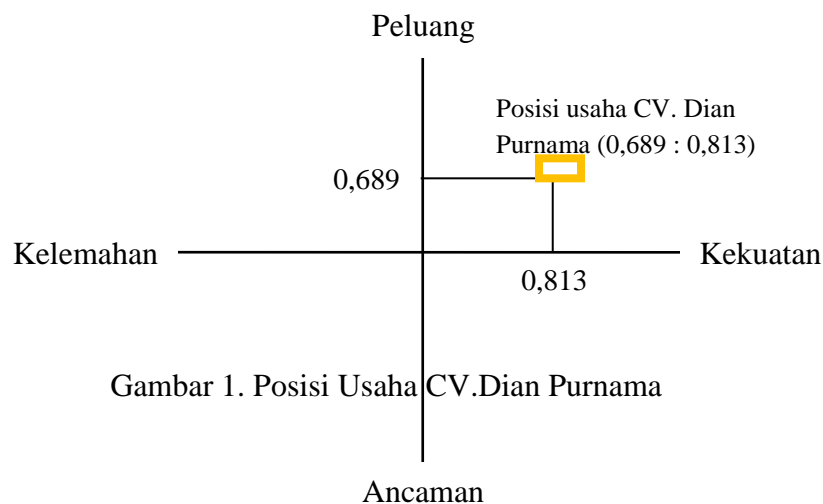
Pelayanan baik	0.122	3	0.366
Tempatnya bersih dan luas	0.111	4	0.444
Modal dan kepemilikan usaha pribadi	0.089	3	0.267
Memiliki beragam jenis tanaman	0.117	3	0.351
Jumlah			1.812
KELEMAHAN			
Lokasi usaha tidak tetap	0.061	3	0.183
Lemahnya kegiatan produksi	0.111	2	0.222
Lemahnya kegiatan promosi	0.111	2	0.222
Lokasi usaha bukan milik sendiri	0.072	3	0.216
Seringnya mengalami pergantian karyawan	0.078	2	0.156
Jumlah			0.999
TOTAL BOBOT		1,000	

Sumber : Data diolah, 2022

Selisih antara peluang dan ancaman = nilai bobot rating kekuatan ($S = 1,812$) dikurangi dengan bobot rating kelemahan ($W = 0,999$) sehingga diperoleh hasil = $1,812 - 0,999 = 0,813$. Dikarenakan hasilnya adalah positif maka letaknya berada pada kekuatan.

Setelah penentuan selisih antara peluang dan ancaman dan selisih antara

kekuatan dan kelemahan, selanjutnya menentukan kuadran posisi usaha CV. Dian Purnama dengan membuat titik diagram dimana dari hasil EFAS dan IFAS Posisi usaha CV. Dian Purnama tertuju pada posisi peluang dan kekuatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar diagram berikut dibawah ini:



Gambar 1. Posisi Usaha CV.Dian Purnama

Dari Gambar 1 maka dapat diketahui bahwa posisi usaha CV. Dian Purnama pada kuadran SWOT berada pada kuadran 1 (0,689 : 0,813), artinya posisi usaha tersebut pada situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan

pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

Untuk merumuskan alternatif strategi yang akan diterapkan dalam strategi pemasaran tanaman hias pada CV. Dian Purnama digunakan analisis Matriks SWOT. Berikut perumusan alternatif strategi pemasaran usaha CV. Dian Purnama:

Tabel 5. Diagram Matrik Formulasi SWOT

<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Faktor Internal Faktor Eksternal </div>	Kekuatan/ <i>Strenght</i> (S)	Kelemahan/ <i>Weakness</i> (W)
		S ₁ Usaha sudah berpengalaman S ₂ Pelayanan baik S ₃ Tempatnya bersih dan luas S ₄ Modal dan kepemilikan usaha pribadi S ₅ Memiliki beragam jenis tanaman
Peluang/ <i>Opportunities</i> (O)	<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi W-O</i>
O ₁ Tidak jauh dari pusat kota O ₂ Berkembangnya pemukiman penduduk O ₃ Tren tanaman hias O ₄ Ruang lingkup pemasaran luas O ₅ Teknologi yang semakin maju	S ₁ O ₁ Menjalin kerjasama dengan instansi atau perkantoran S ₁ O ₄ Membuka cabang baru di tempat lain S ₂ O ₅ Selalu menjaga Pelayanan yang baik S ₅ O ₅ Memperbanyak jenis tanaman hias yang digemari masyarakat	
Ancaman/ <i>Threats</i> (T)	<i>Strategi S-T</i>	<i>Strategi W-T</i>
T ₁ Banyaknya pesaing T ₂ Usaha yang mudah ditiru T ₃ Tidak adanya penjagaan saat malam hari T ₄ Kondisi cuaca yang tidak menentu T ₅ Dalam masa pandemi Covid-19		

Sumber : Data diolah, 2022

Strategi S.O

S₁O₁ Menjalin kerjasama dengan instansi atau perkantoran

Dengan adanya pengalaman usaha dan dekat pusat kota dengan menjalin kerjasama dengan instansi atau perkantoran bertujuan untuk memperoleh hasil usaha yang tetap dengan langganan pemeliharaan tanaman hias yang dapat dilakukan setiap bulannya. Dengan begitu hasil usaha tanaman hias akan semakin meningkat bukan hanya dari hasil penjualan tanaman hias.

S₁O₄ Membuka cabang baru di tempat lain

Dengan lamanya berdiri usaha dan ruang lingkup pemasaran luas jadi usaha ini dapat membuka cabang atau outlet-outlet ditempat lain. Hal ini karena pemilik usaha sudah sangat berpengalaman dan ruang lingkup pemasaran luas jadi perlu di manfaatkan dengan membuka cabang baru yang jauh dari pesaing bahkan sampai ke daerah-daerah lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor internal kekuatan dan kelemahan, kekuatan adalah usaha sudah berpengalaman, pelayanan baik, tempatnya bersih dan luas, modal dan kepemilikan usaha pribadi dan memiliki beragam jenis tanaman. Sedangkan yang termasuk kelemahan adalah lokasi usaha tidak tetap, lemahnya kegiatan produksi, lemahnya kegiatan promosi, lokasi usaha bukan milik sendiri dan seringnya mengalami pergantian karyawan. Faktor eksternal adalah peluang dan

S₂O₅ Selalu menjaga pelayanan yang baik.

Dengan terus berkembangnya teknologi untuk menciptakan pelayanan yang baik pun semakin mudah dengan menerima pesanan secara online mempermudah konsumen untuk mendapatkan setiap keperluan mereka tanpa harus datang secara langsung sehingga lebih mudah untuk mereka berlangganan tanaman hias di tempat usaha kita.

S₅O₅ Memperbanyak jenis tanaman hias yang digemari masyarakat

Dengan memiliki banyak jenis tanaman dan teknologi yang semakin maju. Dengan media sosial kita dapat mengetahui tanaman hias yang di minati konsumen, pemilik atau karyawan dapat melakukan perbanyak tanaman semakin mudah, dapat belajar menciptakan tanaman hias jenis baru dan dapat memperindah tanaman agar dapat lebih menarik minat konsumen pada tanaman hias yang kita usahakan sehingga usaha semakin meningkat.

ancaman. Yang termasuk peluang adalah dekat pusat kota, berkembangnya pemukiman penduduk, tren tanaman hias, ruang lingkup pemasaran luas dan teknologi yang semakin maju. Sedangkan yang termasuk ancaman adalah banyaknya pesaing, usaha yang mudah ditiru, tidak adanya penjagaan saat malam hari, kondisi cuaca yang tidak menentu dan dalam masa pandemi Covid-19.

2. Strategi pemasaran yang tepat dalam usaha CV. Dian Purnama yaitu strategi SO mendukung kebijakan dan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategi) dengan menjalin kerjasama dengan instansi atau perkantoran, membuka

cabang baru di tempat lain, selalu menjaga pelayanan yang baik dan memperbanyak jenis tanaman hias yang digemari masyarakat.

Saran

1. Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini untuk usaha CV. Dian Purnama adalah mengatasi kelemahan yang ada dengan mengikuti pelatihan kegiatan teknik perbanyak tanaman dan strategi *marketing* untuk meningkatkan penjualan.
2. Memaksimalkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada agar usaha semakin maju dengan memperhatikan setiap minat konsumen dan menjalin hubungan yang baik antara penjual dan pembeli sehingga menjadi pelanggan tetap.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2022. Kota Palangka Raya Dalam Angka 2022. Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. Palangka Raya.
- _____. 2021. Indikator Kesejahteraan Rakyat Kota Palangka Raya 2021. Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. Palangka Raya.
- Endah Joesi H. 2008. Membuat Tanaman Hias Rajin Berbunga. Cetakan kesembilan. AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.