

**Strategi Pemasaran Usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan”
Di Kelurahan Winangun Satu Kecamatan Malalayang Kota Manado**

***Marketing Strategy Of Ornamental Plant Business "Bunga Ditepi Jalan"
In Winangun Village, Malalayang District, Manado City***

Eunike Louisa Paendong^{(1)(*)}, Oktavianus Porajouw⁽²⁾, Noortje Marselianie Benu⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: eunikepaendong99@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id

: Kamis, 15 Desember 2022

Disetujui diterbitkan

: Sabtu, 28 Januari 2023

ABSTRACT

The aim of this research is to find out what factors exist in the internal and external environment and to determine the right marketing strategy for the "Bunga Ditepi Jalan" ornamental plant business located in Winangun Satu Village, Malalayang District, Manado City. The research was conducted from October to November 2022, taking place in the Winangun Satu Village, Malalayang District, Manado City. The data collected is the collection of primary data obtained by conducting direct interviews using a questionnaire to the owner of the ornamental plant business "Bunga Ditepi Jalan" and consumers. The research sample was taken from 13 respondents concerned to fill out the research questionnaire. SWOT analysis has 4 (four) stages, namely data collection, SWOT determination, strategy formulation and decision making as well as business positioning. Based on the SWOT analysis that has been carried out, it shows that the ornamental plant business "Bunga Ditepi Jalan" is in Quadrant I with a score of (1.1:0.8) which means that the business is in a very profitable situation. This market has opportunities and strengths so that it can make the best use of the opportunities that exist. The right marketing strategy is the SO strategy, namely maintaining the quality and variety of ornamental plants, expanding online promotions, taking advantage of market opportunities and selling at affordable prices and expanding markets outside the region.

Keywords : decorative plants; strategy; marketing

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam lingkungan internal dan eksternal serta menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk usaha tanaman hias "Bunga Ditepi Jalan" yang berlokasi di Desa Winangun Satu, Kecamatan Malalayang, Kota Manado. Penelitian dilakukan mulai dari bulan Oktober sampai November tahun 2022, bertempat di Kelurahan Winangun Satu Kecamatan Malalayang, Kota Manado. Data yang dikumpulkan adalah pengumpulan data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner kepada Pemilik Usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan” dan konsumen. Penelitian diambil sampel kepada 13 responden yang bersangkutan untuk mengisi kuesioner penelitian. Analisis SWOT memiliki 4 (empat) tahapan, yaitu pengumpulan data, penentuan SWOT, perumusan strategi dan pengambilan keputusan serta positioning bisnis. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa bisnis tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” berada pada Kuadran I dengan memperoleh nilai (1,1:0,8) yang berarti bisnis tersebut berada dalam situasi yang sangat menguntungkan. Pasar ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sebaik-baiknya. Strategi pemasaran yang tepat adalah strategi SO, yaitu menjaga kualitas dan variasi tanaman hias, memperluas promosi online, memanfaatkan peluang pasar dan berjualan dengan harga terjangkau serta memperluas pasar ke luar daerah.

Kata kunci : tanaman hias; strategi; pemasaran

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat kota besar terhadap tanaman hias semakin hari semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya pembangunan rumah, dan meningkatnya kesadaran masyarakat pada manfaat tanaman hias. Peningkatan kebutuhan tanaman hias secara eceran membuat banyak penangkar dan pedagang yang tertarik masuk ke industri tanaman hias.

Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan daya tarik tertentu. Selain itu, tanaman hias juga mempunyai nilai ekonomis yang dapat digunakan sebagai hiasan, baik dalam maupun luar ruangan, karena mengandung nilai ekonomis tersebut, tanaman hias dapat diusahakan menjadi bisnis yang cukup menjanjikan keuntungan besar (Aryanti, 2008).

Pemasaran adalah sebagai semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud menciptakan permintaan yang efektif (Nitisemito, 2000 dalam Wati, 2013).

Menurut Kotler (2005) bauran pemasaran adalah serangkaian alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapai tujuan pemasaran suatu perusahaan (Sofyan Assauri, 2003 dalam Wati, 2013).

Analisis SWOT merupakan cara yang sistematis untuk mengidentifikasi faktor dan strategi yang menggambarkan kesesuaian antara berbagai alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. SWOT sebagai singkatan dari kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal suatu perusahaan, serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan (Rangkuti, 2009).

Minat masyarakat terhadap tanaman hias (*ornamental plants*) cenderung meningkat, tidak hanya pada saat perayaan hari-hari besar agama atau pergantian tahun saja. Bahkan saat ini tanaman hias dipakai untuk acara dikantor-kantor, hotel, dan rumah serta menjadi koleksi penggemar tanaman hias.

Salah satu usaha menengah yang telah berdiri sekitar 26 tahun dan sudah cukup dikenal di Kota Manado. Bertempat di Kelurahan Winangun Satu area usaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” dapat dijangkau oleh banyak konsumen dari berbagai wilayah mulai dari Kota Manado, Kabupaten Minahasa, Kota Tomohon dan Kabupaten Minahasa Utara. Selain mudah dijangkau konsumen, usaha ini juga memiliki beragam macam tanaman hias yang berkualitas dan tidak perlu diragukan. Berawal dari hobi kemudian dikembangkan oleh Bapak George Rommy Keintjem pemilik usaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” kini telah mempunyai 70 orang pekerja yang terletak di jalan Kelurahan Winangun Satu, Kecamatan Malalayang. Dalam merumuskan strategi usaha 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*). Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan dalam penelitian adalah apa saja faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang dihadapi serta bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan”.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam lingkungan internal dan eksternal pemasaran usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan”.
2. Menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan Analisis SWOT pada usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan”.

Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik usaha, penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi yang lebih baik dimasa datang, terutama dalam strategi pemasaran yang digunakan sehingga usaha semakin berkembang untuk kedepannya.
2. Bagi peneliti, penelitian bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang permasalahan yang dikaji serta salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pertanian.

3. Bagi masyarakat sekitar area agar bisa mendukung usaha dan pastinya lingkungan akan menjadi kawasan yang rindang dan dikemudian hari boleh menjadi mitra usaha bahkan menciptakan lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan.
4. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak yang berhubungan dengan penelitian.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada pertengahan bulan Oktober sampai November tahun 2022. Mulai dari persiapan sampai dengan penulisan laporan penelitian. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Winangun Satu, Kecamatan Malalayang, Kota Manado.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner kepada pemilik usaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” dan konsumen.

Metode Pengumpulan Sampel

Penelitian dilakukan dengan pengambilan sampel kepada responden yang bersangkutan untuk dapat mengisi kuesioner penelitian. Pihak-pihak yang bersangkutan yaitu pemilik usaha sebanyak 1 orang, karyawan sebanyak 7 orang, dan konsumen sebanyak 5 orang.

Konsep Pengukuran Variabel

1. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan peluang dan ancaman pemasaran pada usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan”.
2. Bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Setiap variabel digunakan skala 1, 2, dan 3 untuk penentuan bobot. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0. Skala yang digunakan untuk menentukan bobot adalah:
 - a. Jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal.
 - b. Jika indikator horizontal sama penting dari pada indikator vertikal.

c. Jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal.

3. Penentuan rating dilakukan terhadap variabel-variabel. Dalam mengukur masing-masing variabel terhadap kondisi usaha digunakan skala 1, 2, 3, dan 4 terhadap masing-masing faktor strategis.

Skala nilai rating untuk matriks IFE (kekuatan dan Kelemahan) adalah :

1= Kelemahan utama

2= Kelemahan kecil

3= Kekuatan Kecil

4= Kekuatan besar

Untuk matriks EFE (peluang dan ancaman), skala nilai rating yang digunakan adalah:

1= Tidak berpengaruh

2= Kurang kuat berpengaruh

3= Kuat pengaruhnya

4= Sangat kuat

4. Jumlah skor pembobotan berkisar antara 1,0 – 4,0 dengan rata-rata 2,5.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis faktor strategi internal dan eksternal. Analisis faktor strategi internal adalah analisis yang menilai prestasi/kinerja yang merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Analisis faktor strategi eksternal adalah analisis yang menilai prestasi/kinerja yang merupakan faktor peluang dan ancaman yang ada untuk mencapai tujuan organisasi suatu perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

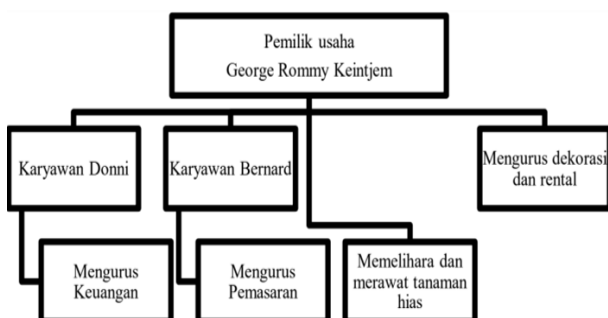
Deskripsi Wilayah Penelitian

“Bunga Ditepi Jalan” terletak di Perumahan Palm Kelurahan Winangun Satu, Kecamatan Malalayang kota Manado, berdekatan dengan Kabupaten Minahasa, Kota Tomohon, Kabupaten Minahasa Utara serta tidak jauh dari pusat Kota Manado. Berjarak sekitar 6 kilometer dari Pusat Kota Manado, Winangun dapat menjadi tempat yang cukup strategis untuk mengembangkan usaha tanaman hias mengingat minat masyarakat kota terhadap tanaman hias kian meningkat dan lokasi usaha mudah dijangkau.

Deskripsi Umum “Bunga Ditepi Jalan”

Usaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” terletak di Kota Manado tepatnya di Kelurahan Winangun Satu Kecamatan Malalayang. “Bunga Ditepi Jalan” merupakan salah satu usaha menengah yang bergerak dalam bidang pemasaran tanaman hias yang sudah berdiri sekitar tahun 1996 yang dibangun oleh Bapak George Rommy Keintjem. Memiliki 70 orang karyawan yang bekerja rutin, usaha ini juga melayani permintaan dekorasi taman landscapes dan ruangan perkantoran indoor mulai dari Instansi Pemerintah sampai dengan Perbankan. Awalnya “Bunga Ditepi Jalan” hanya menjual dan menyewakan tanaman hias, namun sejak beberapa tahun terakhir Bapak Rommy juga mengembangkan usaha dengan menjual bibit cabai dan bibit pohon.

Struktur Organisasi



Adapun struktur organisasi mempunyai tugas-tugas:

1. Pemilik Usaha berperan langsung di dalamnya membawahi semua karyawan dan bertanggung jawab atas semua kegiatan yang dilakukan di perusahaan.
2. Karyawan Donni yang bertanggung jawab tentang bidang keuangan dan juga mengurus tentang keluar masuknya uang dalam perusahaan. Karyawan juga membantu dalam bidang pemasaran/ penjualan dan rental tanaman hias.
3. Karyawan Bernard yang bertanggung jawab dalam bidang pemasaran/penjualan tanaman hias juga bertugas menyiram tanaman dan menggantikan pot bunga. Kedua karyawan bekerja sama dalam mengatur waktu bekerja dan mengkoordinir karyawan lainnya dalam mendekorasi, menangani rental serta memelihara dan merawat Tanaman Hias.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah serangkaian alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar. Sasaran yang meliputi item alat pemasaran yaitu *product, price, promotion, place*. Bauran pemasaran pada usaha “Bunga Ditepi Jalan” adalah:

1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan oleh usaha “Bunga Ditepi Jalan” yaitu tanaman hias dan jasa. Jenis tanaman yang dijual pada usaha “Bunga Ditepi Jalan” yaitu sebanyak 117 jenis tanaman. Jasa yang ditawarkan berupa menghias taman, pekarangan rumah dan perkantoran. Tanaman tersebut sudah dikelompokkan menurut jenis tanaman.

2. *Price* (Harga)

Harga yang ditawarkan oleh pengusaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” bervariasi sesuai dengan merk/jenis bunga dan bibit tanaman mulai dari harga Rp20.000 sampai harga yang paling mahal yaitu mencapai Rp20.000.000. Harga yang ditawarkan juga bisa berpengaruh dari ukuran bunga yang dijual.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi tanaman hias mudah dilakukan karena usaha terletak di pemukiman yang cukup ramai sehingga orang-orang lebih mudah mengetahui karena letak tempat yang mudah dijangkau. Beberapa cara mempromosikan yang dilakukan yaitu:

- a. Melakukan penjualan secara langsung, karena langsung bertemu dengan pembelinya dan bisa langsung mempromosikan tanaman yang akan dijual.
- b. Melakukan dengan cara tradisional dari mulut ke mulut, cara ini merupakan cara tradisional yang masih terbilang efektif.
- c. Mengikuti pameran, setiap ada kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah, instansi ataupun komunitas pecinta tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” selalu hadir dan mengikuti kegiatan pameran dengan menampilkan bunga terbaik serta rangkaian hiasan bagi pengunjung dan calon pembeli.
- d. Melalui saluran media sosial, pemilik usaha sering membagikan foto dan video usaha bunga sehingga masyarakat yang menggunakan media sosial juga bisa membeli secara *online* dengan nama akun *Facebook*.

4. *Place* (Tempat Saluran Distribusi)

Dalam penyaluran distribusi tanaman hias dijual produsen dan siap untuk diperdagangkan, produk tanaman hias Bapak George Rommy Keintjem menggunakan saluran distribusi selektif dimana Bapak George sebagai produsen melayani pembeli ditempat usaha, namun memanfaatkan tenaga karyawan lain untuk memudahkan penyaluran tanaman hias kepada pihak lain konsumen yang ingin membeli ada yang datang langsung dan memesan langsung kepada karyawan dan ada saluran pemasaran ke pihak lain seperti pedagang pengecer, atau pedagang lainnya.

Analisis SWOT

Tahap Analisis SWOT

1. Faktor Internal

Kekuatan (*Strength*)

- Usaha sudah lama berdiri dan sudah sangat berpengalaman,
- Kualitas tanaman hias lebih baik dari pesaing,
- Modal usaha milik sendiri,
- Memiliki banyak jenis tanaman hias,
- Sebagian besar tanaman hias dibudidayakan sendiri,
- Usaha rental berjalan lancar,
- Banyak mengikuti pameran tanaman hias,
- Pemilik usaha adalah ketua asosiasi gapoktan Provinsi Sulawesi Utara.

Kelemahan (*Weaknesses*)

- Beberapa jenis tanaman hias yang mudah rusak,
- Lemahnya kegiatan promosi *online*,
- Sebagian lahan lokasi usaha bukan milik sendiri,
- Media tanam masih dibeli dari luar kota dengan harga yang cukup mahal,
- Hama dan penyakit, Jika tidak dirawat secara rutin maka akan dengan mudah tanaman hias diserang oleh hama dan penyakit.

b. Faktor Eksternal

Peluang (*Opportunities*)

- Meningkatnya pembangunan perumahan elit (*real estate*) dan perkantoran,
- Meningkatnya minat masyarakat terhadap tanaman hias,

- Mendapat tawaran modal dari beberapa instansi perbankan,
- Memanfaatkan saluran media sosial untuk promosi,
- Melebarkan sayap dengan membuka outlet tanaman hias baru.

Ancaman (*Threats*)

- Masuknya pesaing baru Pesaing baru yang bermunculan menjadi ancaman bagi usaha terdahulu yang telah lama berjalan,
- Penjual tanaman hias plastic Pembeli yang tidak memiliki ketertarikan merawat tanaman hias lebih memilih bunga hias plastik untuk ditaruh dalam rumah,
- Selera konsumen terhadap tanaman hias yang berubah-ubah,
- Dampak kenaikan harga BBM,
- Konsumen sewaktu-waktu dapat berpindah ke penjual lain.

Tahapan Formulasi Strategi

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

Tabel 1. Diagram Matriks SWOT Usaha Tanaman Hias “Bunga Ditepi Jalan”

	Kekuatan/ <i>Strength</i> (S)	Kelemahan/ <i>Weaknesses</i> (W)
Faktor Internal	1. Usaha sudah lama berdiri dan sudah sangat berpengalaman	1. Beberapa jenis tanaman hias yang mudah rusak
Faktor Eksternal	2. Kualitas tanaman hias lebih baik dari pesaing	2. Lemahnya kegiatan promosi online
	3. Modal usaha milik sendiri	3. Sebagian lahan lokasi usaha bukan milik sendiri
	4. Memiliki banyak jenis tanaman hias	4. Media tanam masih dibeli dari luar kota dengan harga yang cukup mahal
	5. Usaha rental berjalan lancar	5. Hama dan penyakit
	6. Banyak mengikuti pameran tanaman hias	

	7. Pemilik usaha adalah ketua asosiasi gapoktan provinsi sulawesi utara		
Peluang/ <i>Opportunities (O)</i>	Strategi S.O		Strategi W.O
1. Meningkatnya pembangunan perumahan elit (<i>real estate</i>) dan perkantoran	S1-O5 Usaha sudah berpengalaman sehingga bisa memperluas pasar dengan membuka outlet baru		W2-O4 Memanfaatkan digital marketing (platform digital) W3-O3 Membeli lahan yang masih disewa dengan memanfaatkan tawaran modal usaha dari perbankan
2. Meningkatnya minat masyarakat terhadap tanaman hias	S2-O2 Mempertahankan kualitas dapat memenuhi permintaan konsumen		
3. Mendapat tawaran modal dari beberapa instansi perbankan	S3-O3 Modal usaha yang cukup		
4. Memanfaatkan saluran media sosial untuk promosi	S4-O4 Jenis tanaman hias yang banyak menarik minat pembeli dengan cara dipromosikan lewat media sosial		
5. Melebarkan sayap dengan membuka outlet tanaman hias baru	S5-O1 Permintaan rental tanaman hias oleh perumahan perkantoran menjadi peluang bisnis yang berkelanjutan		
<i>Threats (T)</i>	Strategi S.T		Strategi W.T
1. Masuknya pesaing baru	S1-T1 Usaha telah lama berdiri dari pesaing		W3-T3 Media tanam yang dibeli dari luar kota dapat menarik selera masyarakat .
2. Penjual tanaman hias plastik	S2-T2 Mempertahankan kualitas tanaman hias hidup yang memiliki banyak manfaat daripada hiasan plastik		
3. Selera konsumen terhadap tanaman hias yang berubah-ubah	S3-T3 Merespon selera konsumen dengan menawarkan banyak jenis tanaman hias		W5-T4 Menggunakan pupuk organik dapat mengurangi hama dan penyakit dan menyuburkan tanaman sehingga mengurangi biaya produksi dari dampak kenaikan harga BBM
4. Dampak kenaikan harga BBM	S4-T5		
5. Konsumen sewaktu-waktu dapat berpindah ke penjual lain			

Sumber: Hasil Analisis dan Observasi, 2022

Tahapan Pengambilan Keputusan

Untuk menentukan kuadran posisi usaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” dapat dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu strategi internal. *Internal Faktor Analisis Summary*

(IFAS) dengan memberikan bobot, rating dan komentar. Kemudian selanjutnya menentukan strategi *External Faktor Analisis Summary* (EFAS) dengan memberikan bobot, rating dan komentar. Setelah IFAS dan EFAS ditentukan langkah selanjutnya adalah melihat selisih antara peluang dan ancaman dan selisih antara kekuatan dan kelemahan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 2. IFAS Struktur Analisis SWOT “Bunga Ditepi Jalan”

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
KEKUATAN			
1. Usaha sudah lama berdiri dan sudah sangat berpengalaman	0,144	4	0,57
2. Kualitas tanaman hias lebih baik dari pesaing	0,138	4	0,55
3. Modal usaha milik sendiri	0,133	3	0,39
4. Memiliki banyak jenis tanaman hias	0,121	3	0,36
5. Sebagian besar tanaman hias dibudidayakan sendiri	0,118	2	0,23
Jumlah	0,654		2,1
KELEMAHAN			
1. Beberapa jenis tanaman hias yang mudah rusak	0,101	4	0,40
2. Lemahnya kegiatan promosi online	0,065	3	0,19
3. Sebagian lahan lokasi usaha bukan milik sendiri	0,064	3	0,19
4. Media tanam masih dibeli dari luar kota (mahal)	0,058	2	0,11
5. Hama dan penyakit	0,058	2	0,11
Jumlah	0,346		1
Total	1,000		

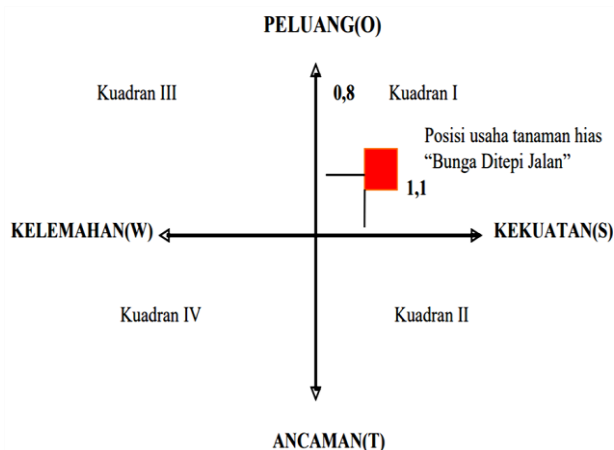
Tabel 3. EFAS Struktur Analisis SWOT “Bunga Ditepi Jalan”

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
PELUANG			
1. Meningkatnya pembangunan perumahan dan perkantoran	0,131	4	0,52
2. Meningkatnya minat masyarakat terhadap tanaman hias	0,12	4	0,48
3. Memanfaatkan saluran media sosial untuk promosi	0,102	3	0,3
4. Lokasi penjualan yang mudah dijangkau	0,094	2	0,18
5. Melebarkan sayap dengan membuka	0,082	2	0,16

outlet tanaman hias baru	Jumlah	0,529	1,66
ANCAMAN			
1. Masuknya pesaing baru		0,122	4
2. Penjual tanaman hias plastik		0,118	4
3. Selera konsumen yang berubah-ubah		0,082	3
4. Kenaikan harga BBM		0,081	3
5. Konsumen sewaktu-waktu dapat berpindah ke penjual lain		0,068	2
Jumlah	0,471	1,58	
Total	1		

Selisih antara peluang dan ancaman = nilai bobot rating kekuatan ($S = 2,1$) dikurangi dengan bobot rating kelemahan ($W=1$) sehingga diperoleh hasil = $S - W = 2,1 - 1 = 1,1$. Dikarenakan hasilnya adalah positif maka letaknya berada pada kekuatan. Selisih antara peluang dan ancaman = nilai bobot rating peluang ($O = 1,66$) dikurangi dengan bobot rating ancaman ($T = 1,58$) sehingga diperoleh hasil $O - T = 1,66 - 1,58 = 0,8$. Dikarenakan hasilnya adalah positif maka letaknya berada pada peluang.

Setelah penentuan selisih kekuatan dan kelemahan dan selisih antara peluang dan ancaman, selanjutnya menentukan kuadran posisi usaha “Bunga Ditepi Jalan” dengan membuat titik diagram dimana dari hasil IFAS dan EFAS posisi usaha “Bunga Ditepi Jalan” tertuju pada posisi peluang dan kekuatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram Gambar 1.



Gambar 1. Posisi Usaha “Bunga Ditepi Jalan” di Kelurahan Winangun Satu, Kecamatan Malalayang, Kota Manado Berdasarkan Analisis SWOT 2022

Gambar 1 menunjukkan posisi “Bunga Ditepi Jalan” pada kuadran SWOT berada pada kuadran 1 (1,1: 0,8), artinya posisi usaha tersebut pada situasi yang sangat menguntungkan. Pasar tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Dalam melakukan usaha “Bunga Ditepi Jalan” strategi yang digunakan oleh pemilik usaha adalah dengan cara menjual langsung tanaman bunga hias kepada konsumen yaitu konsumen langsung membeli bunga hias ditempat produksi. Keefektifan produksi dari produk yang diusahakan yaitu dengan melakukan inovasi yang sesuai dengan produk tanaman hias yang diminati konsumen. Tindakan yang harus dilakukan agar hal ini berjalan dengan baik yaitu dengan berfokus pada kecepatan waktu dalam kualitas produk tanaman yang selalu indah dan segar. Selain itu inovasi juga dapat dilakukan dengan membentukhubungan untuk pasar baru yang akan dimasuki perusahaan yaitu pertama, dengan perkembangan segmen pasar baru dan peningkatan jumlah pasar.

Memahami konsumen lebih dimaksudkan dengan mengetahui kondisi kebutuhan konsumen seperti apa sensitivitas konsumen terhadap produk kita dibandingkan dengan produk lainnya. Untuk memperoleh pasar yang lebih besar pemilik usaha “Bunga Ditepi Jalan” dapat melakukan cara menjaga kualitas tanaman bunga hias dengan baik sehingga usaha ini dapat terus berkembang untuk kedepannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian dapat disimpulkan faktor internal kekuatan dan kelemahan, kekuatan yang terdapat dalam usaha tanaman hias “Bunga Ditepi Jalan” adalah usaha sudah lama berdiri dan sangat berpengalaman, kualitas tanaman hias yang lebih baik dari pesaing, modal usaha milik sendiri, memiliki banyak jenis tanaman hias, usaha rental berjalan lancar, banyak mengikuti pameran tanaman hias dan pemilik usaha adalah ketua asosiasi gapoktan Provinsi Sulawesi Utara. Faktor eksternal adalah peluang dan ancaman, yang termasuk peluang adalah meningkatnya pembangunan perumahan elit (*real estate*) dan

perkantoran, meningkatnya minat masyarakat terhadap tanaman hias, mendapat tawaran modal dari beberapa instansi perbankan, serta bisa memanfaatkan saluran media sosial untuk melakukan promosi dengan mudah dan menarik, dan melebarkan sayap dengan membuka outlet tanaman hias ditempat yang baru. Sedangkan yang termasuk ancaman adalah masuknya pesaing baru, para penjual tanaman hias plastik, selera konsumen yang berubah-ubah, dampak kenaikan harga BBM, dan konsumen sewaktu-waktu dapat berpindah ke penjual lain.

Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian untuk usaha “Bunga Ditepi Jalan” usaha ini dapat memperluas pasar dengan membuka outlet tanaman hias baru, namun tetap mempertahankan kualitas serta memanfaatkan promosi digital di media sosial dan menawarkan rental tanaman hias di perumahan elit serta perkantoran di Kota Manado dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanti, R.D. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Pada Ciapus Nursery, Desa Tamansari Bogor, Jawa Barat. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Milenium*. Prenhalindo. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wati, W. 2013. Strategi Pemasaran Kerupuk Jangek pada UD. Sabeena Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat. *Skripsi*. Sosial Ekonomi pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat.