

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
TANAMAN HIAS PANORAMA MADIRSAN DESA BANGUN
SARI KECAMATAN TANJUNG MORAWA KABUPATEN
DELI SERDANG**

SKRIPSI

OLEH:

ABDUL PRASETIO

NPM.1404300228

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
TANAMAN HIAS PANORAMA MADIRSAN DESA BANGUN
SARI KECAMATAN TANJUNG MORAWA KABUPATEN
DELI SERDANG**

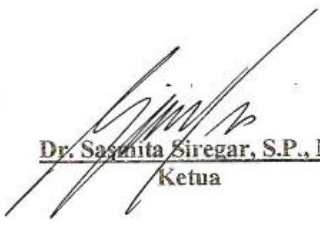
SKRIPSI

Oleh

**ABDUL PRASETIO
NPM : 1404300228
Program Studi : AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing


Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si.
Ketua


Surnaherman, S.P., M.Si.
Anggota

Disahkan Oleh :
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Ir. Asnanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 13 Januari 2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Abdul Prasetyo
NPM : 1404300228

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN HIAS PANORAMA MADIRSAN DESA BANGUN SARI KECAMATAN TANJUNG MORAWA KABUPATEN DELI SERDANG adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Januari 2021

ig menyatakan



Abdul Prasetyo

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk menganalisis pendapatan dan kelayakan usaha tanaman hias pada usaha tanaman hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. (2) untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang dan (3) untuk menganalisis strategi pengembangan usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini merupakan penelitian Studi Kasus (*Case Study*), yaitu metode yang didasarkan atas fenomena atau kejadian yang terjadi disuatu daerah. Metode ini adalah kajian yang mendalami suatu objek yang diteliti pada suatu daerah tertentu dan tidak bisa disimpulkan yang sama dengan daerah atau kasus lainnya

Metode penentuan lokasi ditentukan dengan metode *purposive*, yaitu suatu teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja berdasarkan atas pertimbangan bahwa Gg. Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara merupakan desa sadar wisata bunga hias dan merupakan pusat perdagangan tanaman hias. Metode penarikan sampel menggunakan metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan karena perlu adanya pertimbangan yang cermat dalam memilih kelompok kunci sebagai sampel. sedangkan metode penarikan sampel menggunakan metode *Judgement Sampling*, yang digunakan agar memperoleh sampel yang dipercaya dan memiliki posisi terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Pada penelitian ini sampel penelitian adalah petani sekaligus pengusaha tanaman hias yang merupakan petani yang tergabung dalam kelompok tani sadar wisata yang dibentuk oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan kuesioner (Data Primer) dan dengan penelitian kepustakaan dan data dari Badan Pusat Statistik dan instansi terkait (Data Sekunder). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis R/C Ratio untuk membandingkan penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan. dan kedua dengan metode analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Hasil penelitian adalah hasil perhitungan *Revenue Per Cost* menunjukkan efisiensi usaha tanaman hias Panorama Madirsan sebesar $1,00 = 1$, dimana dapat disimpulkan usahatani tanaman hias di Panorama Madirsan telah efisien. Selanjutnya hasil penelitian kedua diperoleh hasil score *Internal Factor Evaluation* adalah 0,3 dan hasil score *Eksternal Faktor Evaluation* adalah 0,2 yang menunjukkan posisi usaha tanaman hias di daerah penelitian berada pada Kuadran I, dimana strategi yang tepat untuk usaha tanaman hias di daerah penelitian adalah strategi Pertumbuhan Agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kata Kunci: Tanaman Hias, Analisis R/C, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul: “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. .

Penulis menyadari terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dosen pembimbing dan dosen pembahas penulis. Disamping itu juga dengan tidak mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I kemudian kepada bapak Surnaherma, S.P.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan skripsi ini kearah yang lebih baik. Semoga kita semua dalam lindungan Allah Subahana Wata'ala.

Medan , Desember 2020

Penulis,

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-----------------------------------|----------------|
| RINGKASAN | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| PENDAHULUAN | 1 |
| Latar Belakang | 1 |
| Perumusan Masalah | 2 |
| Tujuan Penelitian | 2 |
| Kegunaan Penelitian | 3 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| Kerangka Teori | 4 |
| Tanaman Hias | 4 |
| Biaya Produksi | 6 |
| Penerimaan | 6 |
| Pendapatan | 7 |
| Kelayakan Usaha | 7 |
| Revenue Cost Ratio (R/C) | 8 |
| Analisis Lingkungan | 8 |
| Strategi Pengembangan Usaha | 12 |
| Konsep Manajemen Strategi | 13 |
| Analisis SWOT | 14 |
| Matriks SWOT | 18 |
| Penelitian Terdahulu | 19 |
| Kerangka Pemikiran | 20 |
| METODE PENELITIAN | 22 |
| Metode Penelitian | 22 |

| | |
|---|----|
| Metode Penentuan Lokasi | 22 |
| Metode Penarikan Sampel | 22 |
| Metode Pengumpulan Data | 23 |
| Metode Analisis Data | 23 |
| Defenisi dan Batasan Operasional | 31 |
| DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN..... | 33 |
| Letak Geografis dan Luas Daerah | 33 |
| Jumlah Penduduk | 33 |
| Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur | 33 |
| Jumlah Penduduk, Rumah Tangga dan Rata – rata Anggota Rumah Tangga | 34 |
| Jumlah Penduduk Umur Produktif Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... | 34 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 35 |
| Profi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan..... | 35 |
| Analisis Revenue Cost Ratio | 36 |
| Biaya Tetap | 36 |
| Biaya Variabel Usahatani Tanaman Hias | 37 |
| Total Biaya, Penerimaan dan Keuntungan..... | 38 |
| Efisiensi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang | 38 |
| Analisis SWOT | 39 |
| Pembobotan (<i>Weighting</i>) dan Penilaian (<i>Rating</i>) | 39 |
| Penilaian Analisis SWOT Berdasarkan Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman..... | 41 |
| <i>Internal Factor Evaluation</i> dan <i>Ekternal Faktor Evaluation</i> | 42 |
| Posisi Usaha Tanaman Hias Madirsan | 44 |
| Matriks SWOT | 45 |
| Bentuk Strategi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang | 47 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 48 |

| | |
|----------------------|----|
| Kesimpulan | 48 |
| Saran | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA | 50 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1 | Mariks SWOT..... | 18 |
| 2 | Matriks Penggabungan EFAS + IFAS | 25 |
| 3 | Matriks SWOT..... | 27 |
| 4 | Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur | 33 |
| 5 | Jumlah Penduduk Umur Produktif Berdasarka Jenis Pekerjaan | 34 |
| 6 | Biaya Tetap Pada Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang..... | 36 |
| 7 | Biaya Variabel Pada Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang..... | 37 |
| 8 | Total Biaya Produksi, Penerimaan dan Keuntungan Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang..... | 38 |
| 9 | Efisiensi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan di Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang..... | 38 |
| 10 | Tabel Penentuan Bobot | 40 |
| 11 | Penilaian Analisis SWOT Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang | 41 |
| 12 | Internal Factor Evaluation (IFE) Strategi Usaha Tanaman Hias | 42 |
| 13 | External Factor Evaluation (EFE) Strategi Usaha Tanaman Hias | 43 |
| 14 | Matriks SWOT Usaha Tanaman Hias di Toko Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang..... | 45 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|-------------------------------|---------|
| 1 | Diagram Analisis SWOT..... | 16 |
| 2 | Skema Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| 3 | Diagram Analisis SWOT..... | 26 |
| 4 | Diagram Delphi | 44 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1 | <i>Fix Cost</i> (Biaya Tetap) | 51 |
| 2 | Input Produksi dan Biaya Produksi | 52 |
| 3 | <i>Variabel Cost</i> (Biaya Tidak Tetap) | 53 |
| 4 | Penerimaan | 54 |
| 5 | <i>Internal Factors Evaluation</i> | 55 |
| 5 | <i>External Factors Evaluation</i> | 56 |

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sejak tahun 1980 trend tanaman hias sebagai penghias ruangan tempat tinggal telah merebak di ibukota. Tidak hanya di rumah tinggal, tanaman hias juga banyak digunakan sebagai penghias ruangan diperkantoran, hotel dan restoran. Semakin hari jenis tanaman hias yang dikoleksi oleh para pekebun semakin banyak, penambahan jenis ini juga dipicu oleh trend tanaman hias dari Luar Negeri. Tidak saja di Asia Tenggara, Indonesia pun mengikuti trend dari Eropa dan Amerika. Trend tanaman hias di Indonesia selalu berganti, setiap tahun selalu ada tanaman hias baru yang mem-booming, seperti Euphorbia (2004), Adenium (2005), Aglaonema (2006) dan Anthurium (2007).

Tanaman hias yang merupakan komoditas unggulan dengan jumlah produksi terbesar di Sumatera Utara pada tahun 2017 adalah krisan, sedap malam, angrek, mawar, Agloinema, gerbera (herbras), dan melati. Produksi tanaman hias yang terbesar adalah krisan 8.297.350 tangkai dengan luas panen 9.850 M². Pada tahun 2017, produksi mawar di Sumatera Utara 201.353 tangkai dengan luas panen 12.020 M². Produksi mawar turun 4,45 persen bila dibandingkan produksi tahun 2016. Sebaliknya, luas panen mawar meningkat tajam 76,87 persen dibandingkan luas panen tahun 2016. Pada tahun 2017, produksi bunga melati di Sumatera Utara 125.400 tangkai dengan luas panen 9.850 M². Produksi melati turun tajam 81,86 persen, bila dibandingkan produksi tahun 2016 yang mencapai 231.007 tangkai. Selama periode tujuh tahun terakhir, dari tahun 2011 sampai

tahun 2017, rata – rata pertumbuhan produksi melati di Sumatera Utara 2,69 persen per tahun.

Usahatani tanaman hias telah mengalami perkembangan yang pesat. Di Kabupaten Deli Serdang terdapat sentra tanaman hias yang berada di Gg Madirsan Desa Bangun Sari. Dengan jenis tanaman hias yang beraneka ragam seperti bunga Mawar, Anggrek, Anthurium, Heliconia, Agloinema, Krisan, Palem dan aneka ragam tanaman hias lainnya. Saat ini Madirsan telah dikembangkan sebagai daerah sadar wisata. Hal tersebut menjadi sebuah kesempatan untuk Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang) untuk dapat mengembangkan bisnis tanaman bunga hias ketahap yang lebih baik dari sebelumnya. Akan tetapi apakah tanaman bunga hias . Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang) sudah memiliki strategi khusus untuk mendukung usaha tanaman hias nya untuk berkembang. Hal ini menarik untuk diteliti.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan dan kelayakan usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang?
2. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan Usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang?

3. Bagaimana strategi pengembangan usaha tanaman hias yang tepat untuk diterapkan di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pendapatan dan kelayakan Usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
3. Untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai informasi bagi pedagang bunga hias di daerah penelitian untuk mengembangkan Usaha tanaman hias dengan lebih baik.
2. Sebagai informasi kepada peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti strategi pengembangan Usaha tanaman hias di daerah penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka Teori

Tanaman Hias

Tanaman hias adalah tanaman bunga atau segala bentuk tanaman yang menghasilkan bunga (organ generatif). Sejalan dengan perkembangan jaman dan kemajuan peradaban manusia, tanaman hias diartikan sebagai segala jenis tanaman yang memiliki nilai hias (bunga, batang, tajuk, cabang, daun, akar, aroma) yang menimbulkan kesan indah (artistik) atau kesan seni. Pada mulanya bunga potong ditujukan untuk kuntum bunga (organ generatif) beserta tangkainya atau sedikit cabang (terlepas dari tanaman induknya) yg dimanfaatkan sebagai bahan hiasan maupun kegunaan yang lebih luas lainnya (Acquaah, 2002).

Tanaman hias dan bunga memberikan jasa atau manfaat yang amat besar bagi kehidupan manusia. Akhir - akhir ini bunga dijadikan pengharum, kerajinan, makanan dan ramuan obat. Tanaman hias dimanfaatkan sebagai penyaman dan pengindah lingkungan hidup disamping potensial untuk dijadikan komoditas perdagangan antar negara di dunia (Rukmana, 1997). Tanaman hias berdasarkan morfologi dapat diklasifikasikan menjadi golongan herba dan golongan tanaman hias berkayu antara lain sebagai berikut :

1. Golongan Herba

Tanaman hias herba adalah tanaman yang batangnya tidak berkayu, pada umumnya jenis ini banyak digunakan untuk tanaman indoor. Kelompok herba ini dapat dikelompokkan lagi, yaitu:

1) Siklus hidup

- a. *Annual* (semusim) adalah tanaman hias yang siklus hidupnya kurang dari setahun.
- b. *Biannual* adalah tanaman hias yang pertumbuhan vegetatifnya terjadi pada tahun pertama dan masa reproduktifnya (berkembang biak) pada tahun berikutnya.
- c. *Perennial* (tahunan) adalah tanaman hias yang siklus hidupnya sangat panjang. Salah satu contoh tanaman hias kelompok ini adalah lidah mertua (*Sansevieria spp*).

2. Berdasarkan Fungsi

- a. *Bedding Plant* merupakan tanaman pelindung tanaman lainnya. Contohnya adalah: *Petunia spp*, dan marigold (*Tagetes spp*).
- b. *Hanging plant* (tanaman gantung), tanaman hias yang penanamannya dalam pot gantung misalnya geranium, pakis.
- c. *Houseplant* merupakan tanaman indoor atau tanaman rumah. Misalnya adalah lidah mertua (*Sansevieria spp*).

2. Golongan Tanaman Hias

Berkayu Tanaman hias kelompok ini berbeda dalam ukuran dan pola pertumbuhannya. Beberapa jenis dapat menggugurkan daunnya jika terjadi perubahan cuaca, yang disebut deciduous, dan kelompok kedua adalah tanaman yang tidak menggugurkan daunnya disebut evergreen. Kelompok tanaman hias berkayu ini ada yang berbentuk semak, menjalar, ataupun pohon. Tanaman berkayu dapat digabungkan penanamannya dengan kelompok herba.

Pembudidayaan tanaman hias dapat dilakukan secara generatif maupun vegetatif. Langkah langkah pembudidayaan yang dapat dilakukan adalah melakukan penyediaan media tanam, penyiraman tanaman, pemupukan, penempatan tanaman pada lingkungan yang sesuai dan menjaga kesehatan tanaman/keindahan tanaman.

Biaya Produksi

Menurut Soekartawi (1995) biaya dalam Usahatani biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap ini biasanya didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus digunakan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Jadi besarnya biaya tetap ini tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh. Contoh biaya tetap antara lain sewa tanah, pajak, alat pertanian, dan lain-lain.

Rumus yang dipakai adalah :

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Dimana :

TC = Total Cost (Total Biaya)

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)

VC = Variable Cost (Biaya Variabel)

Penerimaan

Penerimaan total didefinisikan sebagai penerimaan dan penjualan barang tertentu dikalikan harga jual satuan. Setelah petani menjual hasil produksinya, maka petani akan menerima sejumlah uang.

Penerimaan dirumuskan dalam :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Total Revenue (Penerimaan Total)

P = Price (Harga)

Q = Quantity (Jumlah Produksi)

Pendapatan

Menurut Soekartawi, 1995 pendapatan Usahatani yaitu selisih antara penerimaan antara semua biaya. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan :

Π : Keuntungan

TR : Total penerimaan

TC : Total biaya produksi

Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu aspek sosial budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, sampai aspek keuangan, dimana itu semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan tidak dijalankan, dengan kata lain kelayakan bisnis adalah penelitian tentang berhasil tidaknya proyek investasi dilaksanakan secara tepat baik dalam penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan akses sumberdaya, penghematan devisa, dan peluang usaha (Ibrahim, 2009).

Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis Revenue Cost Ratio (R/C) dapat digunakan untuk mengetahui apakah Usahatani yang dilakukan petani tersebut layak atau tidak. R/C merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total yang meliputi biaya variabel dan biaya tetap (Suratiyah, 2011).

Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan usaha akan sangat penting dilakukan karena memberikan kesempatan kepada para perencana strategi untuk melakukan tanggapan terhadap pilihan faktor-faktor yang mempengaruhi usaha. Lingkungan usaha dibagi menjadi dua, yaitu lingkungan internal yang terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan dalam kontrol manajemen, serta lingkungan eksternal yang terdiri dari variabel peluang dan ancaman di luar kontrol manajemen usaha.

Lingkungan Internal

Menurut David (2004) dalam Chalil (2013) lingkungan internal merupakan suatu kondisi yang ada di dalam perusahaan. Faktor internal perusahaan merupakan faktor – faktor yang mempengaruhi arah dan tindakan perusahaan yang berasal dari kondisi internal perusahaan. Analisis lingkungan internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan. Kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh perusahaan. Sedangkan kelemahan adalah

keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan, fungsional perusahaan yang dapat diamati terdiri dari:

1. Aspek sumber daya karyawan perusahaan berkaitan dengan pengelolaan sumberdaya manusia yang bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan.
2. Aspek pemasaran adalah aspek yang selalu mendapatkan perhatian dalam rangka mengukur kekuatan dan kelemahan perusahaan. Aspek ini dapat dikelompokkan ke dalam aspek produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Pemasaran yang efektif dapat membuat perusahaan tetap bertahan dan memperoleh keuntungan.
3. Aspek produksi dan operasi melihat apakah perusahaan menghasilkan produk atau jasa, apakah perusahaan tersebut padat karya atau padatmodal, dan bagaimana perusahaan dapat mengembangkan sistem operasi yang dapat menghasilkan produk dengan jumlah, waktu, dan biaya yang tepat. Produksi dan operasi diupayakan berjalan seefisien mungkin untuk menciptakan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.
4. Aspek keuangan berhubungan dengan cara mencari sumber dana yang paling cepat guna membiayai kegiatan perusahaan, bagaimana dana tersebut dialokasikan, dan bagaimana perusahaan mengontrol dana tersebut.
5. Aspek penelitian dan pengembangan menekan pada teknologi yang digunakan oleh perusahaan dengan tetap memperhatikan kemampuan sumberdaya khususnya sumberdaya manusia. Aspek ini dapat dijadikan sebagai cara memiliki keunggulan bersaing dengan menciptakan produk baru ataupun dengan mengembangkan produk lama.

6. Aspek sistem informasi manajemen menekankan pada informasi yang digunakan perusahaan untuk mengikat semua fungsi bisnis menjadi satuan menjadi dasar untuk semua keputusan manajerial. Tujuan dari sistem informasi manajemen adalah meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara meningkatkan kualitas keputusan manajerial.

Lingkungan Eksternal

Menurut Umar (2003) dalam Chalil (2013) lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan jauh atau lingkungan umum dan lingkungan industri.

1. Lingkungan Umum

Lingkungan umum perusahaan terdiri dari faktor – faktor yang pada dasarnya diluar dan terlepas dari perusahaan. Faktor-faktor tersebut terdiri dari:

a. Faktor Politik

Arah, kebijakan, dan stabilitas politik pemerintah menjadi faktor penting bagi para pengusaha untuk berusaha. Situasi politik yang tidak kondusif akan berdampak negatif bagi dunia usaha, begitu pula sebaliknya. Beberapa hal utama yang harus diperhatikan adalah undang – undang tentang lingkungan dan perburuhan, peraturan tentang peningkatan pemasaran luar negeri, stabilitas pemerintah, peraturan tentang keamanan dan kesehatan kerja dan sistem perpajakan.

b. Faktor Ekonomi

Kondisi ekonomi suatu daerah atau negara dapat mempengaruhi iklim bisnis suatu perusahaan. Semakin buruk kondisi ekonomi, semakin buruk pula iklim berbisnis. Beberapa faktor kunci yang harus diperhatikan adalah siklus

bisnis, ketersediaan energi, inflasi, suku bunga, investasi, harga – harga produk dan jasa, produktivitas dan tenaga kerja.

c. Faktor Sosial

Kondisi sosial masyarakat memang berubah – ubah. Hendaknya perubahan - perubahan sosial yang terjadi yang mempengaruhi perusahaan dapat diantisipasi oleh perusahaan.

d. Faktor Teknologi

Setiap kegiatan usaha yang diinginkan untuk berjalan terus – menerus harus selalu mengikuti perkembangan – perkembangan teknologi yang dapat diterapkan pada produk atau jasa yang dihasilkan pada cara operasinya.

Lingkungan Industri

Aspek lingkungan industri akan lebih mengarah pada aspek persaingan dimana bisnis perusahaan berada.

a. Aspek Hambatan Masuk

Masuknya pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi perusahaan yang sudah ada, misalnya kapasitas menjadi bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar, serta perebutan sumber daya produksi yang terbatas. Hal ini merupakan ancaman bagi perusahaan yang sudah ada.

b. Aspek Daya Tawar Pemasok

Pemasok dapat mempengaruhi industri lewat kemampuan mereka menaikkan harga atau pengurangan kualitas produk atau servis.

c. Aspek Daya Tawar Pembeli

Para pembeli, dengan kekuatan yang mereka miliki, mampu mempengaruhi perusahaan untuk menurunkan harga produk, meningkatkan mutu atau servis, serta mengadu perusahaan dengan kompetitornya.

d. Aspek Ketersediaan Barang Substitusi

Ancaman produk substitusi kuat bilamana konsumen dihadapkan pada *switching cost* yang sedikit dan jika produk substitusi itu mempunyai harga yang lebih murah atau kualitasnya sama, bahkan lebih tinggi dari produk – produk industri.

e. Aspek Persaingan dalam Industri

Persaingan dalam industri akan mempengaruhi kebijakan dan kinerja perusahaan. Dalam situasi persaingan oligopoli, perusahaan mempunyai kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi pasar. Sedangkan pada persaingan pasar sempurna, biasanya akan memaksa perusahaan menjadi pengikut termasuk dalam hal harga produk.

f. Aspek kekuatan Stakeholder lainnya

Pengaruh ini adalah berupa kekuatan yang diluar perusahaan yang mempunyai pengaruh dan kepentingan secara langsung bagi perusahaan. Stakeholder yang dimaksud antarlain adalah pemerintah, serikat pekerja, lingkungan masyarakat, kreditor, pemasok, asosiasi dagang, kelompok yang mempunyai kepentingan lain, dan pemegang saham.

Strategi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha berarti usaha yang akan dibangun merupakan bagian dari entitas usaha yang sudah ada sebelumnya (Subagyo, 2008). Pengembangan usaha dilakukan untuk mempertahankan produk yang dipasarkan, baik yang sedang dipasarkan maupun yang akan dipasarkan. Pengembangan produk dilakukan agar perusahaan mampu terus bertahan dan mampu bersaing dengan produk lain dipasaran.

Ahmad Subagyo (2008), menyatakan bahwa ada dua tipe dalam pengembangan usaha, yaitu:

a. Pengembangan Vertikal

Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun unit bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya

b. Pengembangan Horizontal

Pengembangan Horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif yang secara *line* produk tidak memiliki hubungan dengan *core* bisnisnya.

Konsep Manajemen Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang perlu mempertimbangkan faktor – faktor eksternal dan internal yang di hadapi oleh perusahaan.

Manajemen strategi di defenisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategi terfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, informasi, penelitian dan pengembangan, serta System informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi(David,2006).

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep – konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence* tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage* kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibanding dengan pesaingnya (Rangkuti,2009).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang harus dimanfaatkan sebaik – baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat. Serta ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

SWOT menurut Sutojo dan F. Kleinsteuber (2002) adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. SWOT adalah singkatan dari kata-kata *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weaknesses* (kelemahan perusahaan), *Opportunities* (peluang bisnis), dan *Threats* (hambatan untuk mencapai tujuan). Apabila teknik SWOT analisis tersebut diterapkan dalam kasus menentukan tujuan strategi manajemen pemasaran dapat diutarakan sebelum menentukan

tujuan – tujuan pemasaran yang ingin dicapai hendaknya perusahaan menganalisis kekuatan dan kelemahan, peluang bisnis yang ada, dan berbagai macam hambatan yang mungkin timbul. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Sedangkan Kotler (2008) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. Teknis analisis SWOT yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Internal

a. Analisis kekuatan (*Strength*)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor – faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. *Strength* (kekuatan) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

b. Analisis kelemahan (*Weaknesses*)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian.

2. Analisis Eksternal

a. Analisis Peluang (*Opportunity*)

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakannya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Dipihak lain, perusahaan bermunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

b. Analisis Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah tantangan yang diperhatikan atau diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan.

Gambar 1 Kuadran SWOT.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Diagram dari analisis SWOT dikemukakan oleh Ranguti (2009) dapat dilihat dibawah ini:

KUADRAN I : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan

dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

KUADRAN II: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

KUADRAN III: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran III ini hampir sama dengan question Mark pada BCG matrik. Strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

KUADRAN IV: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Matriks SWOT

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor – faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis, namun untuk memproses hasil dari kuadran SWOT hanya menggunakan matriks dari 2 faktor

strategi SWOT yang masuk didalam kuadran yang dihasilkan, berikut Tabel matriks SWOT :

Tabel 1. Matriks SWOT

| | | |
|---|--|--|
| EFAS internal | STRENGTH (S) Tentukan 5-10 faktor – faktor kekuatan internal | WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor - faktor kelemahan |
| OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor- Faktor peluang eksternal | STRATEGI SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | STRATEGI WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor- faktor ancaman eksternal | STRATEGI ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | STRATEGI WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber: Rangkuty(2008)

Penelitian Terdahulu

Sri Sepriani sinaga dalam **Strategi Pemasaran Bunga Potong**(Studi Kasus:Desa Raya Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kekuatan (penetapan GAP dan SOP dan pembinaan tenaga penyuluh) kelemahan (kurangnya pengawasan pelaksanaan GAP dan SOP, kurangnya dukungan pemerintah, kurang efektifnya *leaflet* (selebaran), jaringan pemasaran masih regional, dan kurangnya pameran), peluang (lokasi pasar strategis, harga yang diterima pedagang dan *reseller* tinggi, jumlah permintaan pasar tinggi, permodalan pribadi, jadwal tanam bunga potong sudah melihat pangsa pasar, dan keahlian pasca panen baik), dan ancaman (harga jual yang diterima petani rendah, variasi permintaan pasar yang tidak berubah, dan tidak dilaksanakannya GAP dan SOP dalam Usahatani yang dilakukan). (2) Strategi Peningkatan Pemasaran Bunga Potong adalah strategi WO yaitu: meningkatkan pengawasan pelaksanaan GAP dan SOP dalam jadwal tanam hingga perlakuan dalam pascapanen, penyediaan sarana prasarana, serta meningkatkan penggunaan *leaflet* dan pameran.

Ananda Putra Agung Analisis dalam Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus Pada Naten Flower Shop Kota Samarinda) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis lingkungan faktor internal dan eksternal juga strategi yang paling tepat dan penting untuk bisnis tanaman hias pengembangan di Bunga Naten. Berdasarkan evaluasi faktor internal diperoleh skor total 2,52 dengan faktor kekuatan tertinggi adalah memiliki sumber daya manusia yang berpengalaman dan faktor eksternal diperoleh skor total 2,22, dengan faktor peluang tertinggi adalah Peraturan Pemerintah No. 7 tahun 2007.

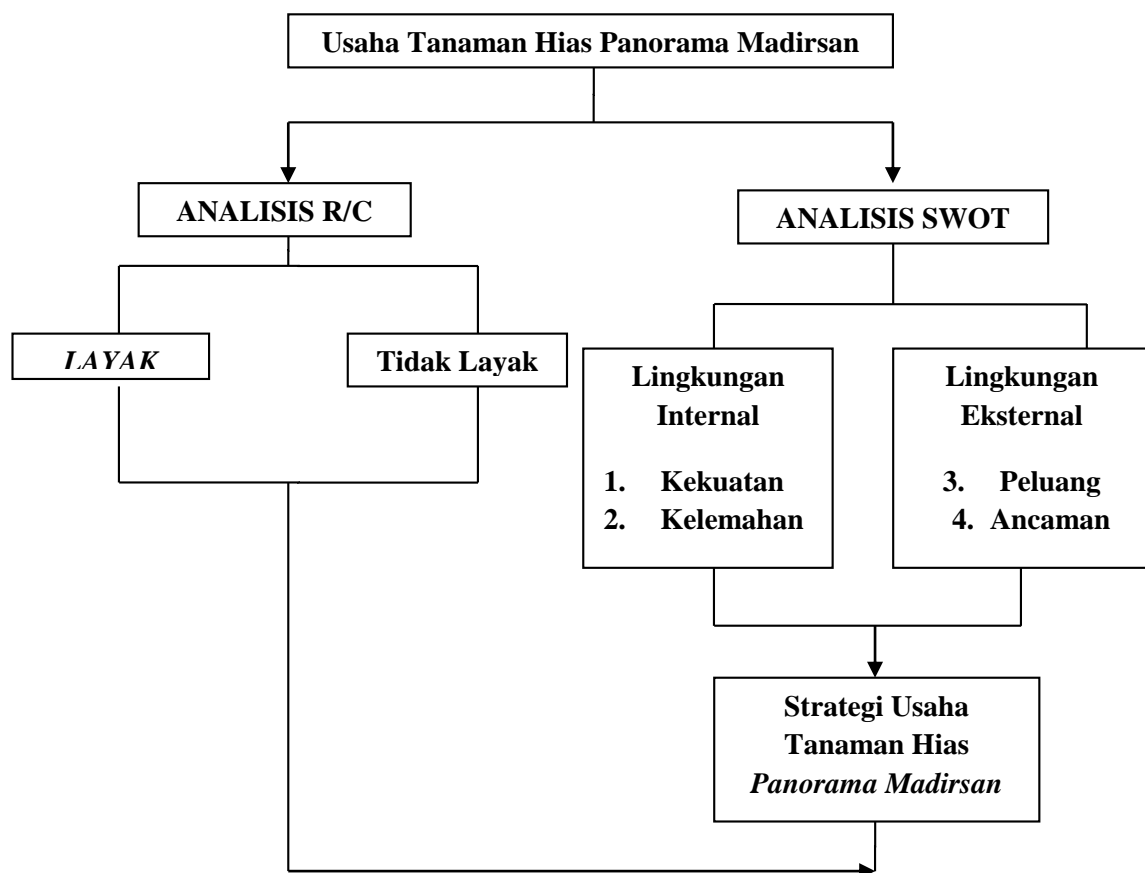
Strategi alternatif dihasilkan melalui Matriks SWOT adalah Menciptakan produk yang memiliki khas dan terjangkau, Menetapkan yang baik komunikasi dalam perusahaan dan konsumen, promosi dan pemasaran di luar dan Pemanfaatan sistem keuangan terkomputerisasi dan peningkatan komunikasi. Prioritas Strategi perusahaan yang tepat dan tepat untuk di jalankan adalah Buat produk yang memiliki ciri khas dan terjangkau.

Kerangka Pemikiran

Usaha tanaman hias Madirsan yang berada di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa merupakan sentral jual beli tanaman hias terbesar yang ada di Sumatera Utara. Sejak tahun 2016 pemerintah Kabupaten Deli Serdang melalui Dinas Pariwisata menjadikan Madirsan sebagai Desa Sadar Wisata dengan membentuk 9 kelompok tani tanaman hias. Dengan dibentuknya kelompok sadar wisata tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan keindahan yang dapat menarik konsumen tanaman hias untuk datang dan membeli berbagai macam tanaman hias.

Sebagai sebuah usaha tentu yang diharapkan adalah bagaimana usaha tersebut terus bertahan dan berkembang. Para pengusaha tanaman hias di Madirsan pun perlu mengetahui apakah usaha mereka sudah berjalan baik dan menghasilkan pendapatan yang baik atau tidak dan apakah strategi bisnis yang dilakukan selama ini adalah strategi yang tepat untuk usaha mereka. Untuk itu perlu dilakukan analisis kelayakan usaha dan analisis strategi usaha terhadap usaha tanaman hias yang ada di Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Untuk mengetahui apakah usaha tanaman hias di . Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang layak untuk dilanjutkan menggunakan analisis R/C dan B/C rasio yaitu teknik analisis yang membandingkan penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan. Sedangkan untuk menganalisis strategi usaha tanaman hias di di . Panorama Madirsan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weaknesse, Opportunities, Treats*) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Secara sistematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tanaman Hias Panorama Madirsan di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kasus (*case study method*) yaitu metode yang di dasarkan atas fenomena atau kejadian yang terjadi disuatu daerah tertentu. Metode ini adalah kajian yang mendalami suatu objek yang diteliti pada suatu daerah tertentu dan tidak bisa disimpulkan yang sama dengan daerah atau kasus-kasus lainnya.

Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di usaha tanaman hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja *Purposive*, dengan pertimbangan bahwa Tanaman Hias Panorama Madirsan berada di Gang Madirsan Desa Bangun Sari Kab Deli Serdang yang merupakan desa wisata bunga hias dan merupakan pusat perdagangan bunga hias di Kota Medan. Penelitian ini mengenai kajian potensi pengembangan Usaha tanaman hias di Gang Madirsan untuk mengetahui apa strategi untuk pengembangan usaha tanaman hias di Madirsan dimasa yang akan datang menjadi lebih baik lagi dan menjadi sentral tanaman hias dengan melihat hasil analisis SWOT (*Strength, Weakneses, Opportunities, Threath*).

Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel menggunakan metode *Nonprobability Sampling*. Dikatakan demikian karena perlu adanya pertimbangan yang cermat dalam

memilih kelompok kunci sebagai sampel. Karena seleksi sampelnya didasarkan pada kriteria tertentu yang khas. Sampel yang digunakan adalah petani bunga hias yang bergabung dalam kelompok tani sadar wisata yang dianggap memiliki pengetahuan dan wawasan yang baik dalam dunia usaha tanaman hias. Sedangkan penarikan sampel menggunakan metode *Judgement Sampling*. Dimana metode tersebut digunakan agar memperoleh sampel yang dipercaya dan memiliki posisi terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Pada penelitian ini sampel penelitian adalah Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan yang merupakan petani yang tergabung pada kelompok tani sadar wisata bentukan kementerian pariwisata di Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang.

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Data Primer diperoleh dari wawancara langsung dengan petani pemilik usaha tanaman hias yang tergabung dalam kelompok tani bunga hias dengan menggunakan Kuesioner yang telah disiapkan.

Data Sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dari kepustakaan, Badan Pusat Statistik dan juga dari instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

1. Untuk menganalisis masalah pertama menggunakan analisis R/C ratio yaitu teknik analisis yang membandingkan penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan.

2. Untuk menganalisis masalah kedua dan ketiga digunakan analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, Treats*) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Matriks Penggabungan EFAS + IFAS

Analisis faktor strategi internal dan eksternal adalah pengolahan faktor-faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor srategis. Faktor strategis adalah faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh terhadap kondisi dan situasi yang ada dan memberikan keuntungan bila dilakukan tindakan positif.

Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman.

Memindahkan hasil pada matriks EFAS dan IFAS kedalam matriks penggabungan bertujuan untuk melihat sub total EFAS dan sub total IFAS.

Tabel 2. Matriks Penggabungan EFAS+IFAS

| VARIABEL | STRENGTH KEKUATAN | BOBOT | WEAKNES KELEMAHAN | BOBOT |
|----------|--|-------|--|-------|
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | SUB TOTAL (A) OPPORTUNITY PELUANG | 0,00 | SUB TOTAL (B) | 0,00 |
| VARIABEL | | BOBOT | TRHEAT ANCAMAN | BOBOT |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | | 0,00 | | 0,00 |
| | SUB TOTAL (C) TOTAL S+O ATAU (A+C) | 0,00 | SUB TOTAL (D) TOTAL W+T ATAU (B+D) | 0,00 |

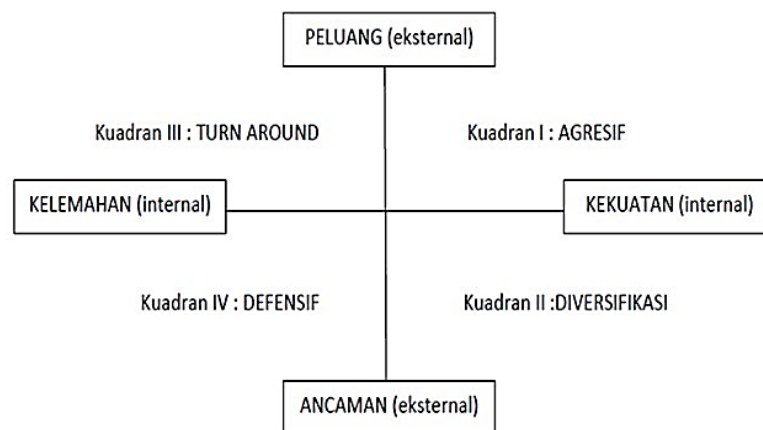
Sumber : Rangkuti (2008)

Hasil akhir yang diperoleh adalah :

- Bila $S (A) + O (C) > W (B) + T (D)$ maka faktor strategi kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan.
- Bila $S (A) + O (C) < W (B) + T (D)$ maka pokok masalah adalah kenyataan yang sebenarnya terjadi, yang memiliki kelemahan besar disamping tantangan dan ancaman yang dihadapi sangat besar. Tindak lanjut yang dilakukan adalah mencari alternatif lain untuk memperkuat variabel pengamatan dan strategi lainnya.

Kuadran SWOT

Setelah dilakukan tahapan analisis dengan menggabungkan matriks EFAS dan IFAS maka akan didapat strategi yang tepat. Strategi tersebut kemudian dituangkan kedalam diagram cartesius yang berisi kuadran SWOT untuk lebih mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan untuk Usahatani buah naga tersebut. Berikut gambar kuadran SWOT:



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT

Kuadran I :Ini merupakan situasi yang menguntungkan. usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II :Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III :Usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus

strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal Usahatani sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV :Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

Dalam analisis SWOT, dilakukan perbandingan antara faktor-faktor strategis internal maupun eksternal untuk memperoleh strategi terhadap masing-masing faktor tersebut, kemudian dilakukan skoring. Berdasarkan hasil yang diperoleh kemudian ditentukan fokus rekomendasi strategi.

Matriks SWOT

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis, seperti berikut :

Tabel. 3 Matriks SWOT

| E F E / E F I | STRENGTH (S) (Tentukan faktor kekuatan internal) | WEAKNESSES (Tentukan faktor kelemahan internal) |
|---|---|---|
| OPPORTUNITIES (O) (Tentukan faktor peluang eksternal) | Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada | Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada |
| THREATS (T) (Tentukan faktor ancaman eksternal) | Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman | Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber: Rangkuti, 2008

Berdasarkan matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang sudah ada. Dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*Strength-opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strength-Treats*), Strategi WT (*Weaknesses-Treats*)(Rangkuti,2006).

Langkah – langkah penyusunan matriks SWOT adalah sebagai berikut:

- a. Tentukan faktor-faktor yang meliputi kekuatan serta kelemahan untuk IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFE (*Eksternal Factors Evaluation*) dalam kolom 1 (5 sampai 10 faktor IFAS dan EFAS).
- b. Bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif (sangat besar diberi rating +4, tetapi jika kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah -1. Sebaliknya jika nilainya kecil ratingnya adalah -4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis

internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Berdasarkan hasil pengamatan ketika melakukan prasurvey dilapangan, maka terdapat beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usahatani tanaman hias Aglonemadi daerah penelitian yaitu:

1) Kekuatan (Strength)

1. Lahan milik sendiri.
2. Membudidayakan tanaman sendiri.
3. Sudah memiliki langganan tetap.
4. Tidak ada kutipan liar.
5. Lokasi usaha yang strategis

2) Kelemahan (Weakness)

1. Terbatas bantuan pemerintah terkait.
2. Modal yang terbatas.
3. Belum maksimal dalam pemasaran.
4. Banyaknya saingan usaha yang sama.
5. Harga yang bervariasi

3) Peluang (Opportunity)

1. Daerah Sadar Wisata.
2. Menjual dan mengembangkan tanaman sendiri.
3. Akses ke lokasi usaha yang mudah dijangkau.
4. Menyediakan beragam jenis tanaman hias .
5. Harga yang kompetitif

4) Ancaman (Threat)

1. Pemasok tanaman dari luar negeri.
2. Persaingan harga.
3. Keragaman bunga hias yang dijual.
4. Minimnya dukungan pemerintah
5. Banyaknya penjual di Madirsan

A. Defenisi dan Batasan Operasional

Definisi

1. Petani tanaman hias, adalah petani yang membudidayakan atau menjual tanaman bunga hias.
2. Tanaman hias adalah tanaman bunga-bunga atau segala bentuk tanaman yang menghasilkan bunga (organ generatif).
3. Lingkungan internal merupakan suatu kondisi yang ada di dalam suatu perusahaan.
4. Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan jauh atau lingkungan umum dan lingkungan industri.
5. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar.
6. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengs*), peluang (*opportunities*) namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).
7. Kekuatan (*strengs*) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh Pedagang Bunga Hias di Madirsan.

8. Peluang (*opportunities*) adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana Petani Bunga Hias Madirsan dapat beroperasi secara menguntungkan.
9. Kelemahan (*weakness*) merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian.
10. Ancaman (*threats*) Ancaman adalah tantangan yang diperhatikan atau diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan Usahatani tanaman hias AglonemaMadirsan.

Batasan Operasional

1. Penelitian dilaksanakan Pada Tahun 2020.
2. Objek penelitian ini adalah petani sekaligus pedagang tanaman hias yang merupakan anggota kelompok tani sadarwisata yang berada di Gang Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis dan Luas Daerah

Desa Bangun Sari terletak di Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis Desa Bangun Sari berada di 3°52' LU dan 98°75' BT, berada di ketinggian 30 MDPL dengan kontur tanah hamparan dengan luas daerah 8,11 km²

Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2017 s/d 2018 berjumlah 18.309 jiwa dengan persentase laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,99 % . Jumlah penduduk perempuan berjumlah 9.122 jiwa dan penduduk laki – laki berjumlah 9187 jiwa. Dengan luas daerah 8,11 km² dan penduduk yang berjumlah 18.309 jiwa, Desa Bangun Sari Kec Tanjung Morawa memiliki kepadatan penduduk berjumlah 2.258 jiwa per km².

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

Jumlah penduduk Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa menurut kelompok umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

| No | Kelompok Umur (Tahun) | Jumlah (Jiwa) |
|----|------------------------|---------------|
| 1 | 0-14 | 5520 |
| 2 | 15-29 | 4861 |
| 3 | 30-44 | 4333 |
| 4 | 45-64 | 3051 |
| 5 | 65+ | 544 |

Sumber: Kecamatan Tanjung Morawa dalam Angka, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk berusia produktif di Desa Bangun Sari berjumlah 12.245 jiwa dan berusia tidak

produktif lagi (65+) berjumlah 544 jiwa. Sedangkan yang berusia belum produktif adalah 5.520 jiwa.

Jumlah penduduk, Rumah Tangga dan Rata – rata Anggota Rumah Tangga

Jumlah penduduk di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa adalah berjumlah 18.309 jiwa dengan jumlah rumah tangga 4.577 rumah tangga dan rata – rata anggota rumah tangga 4 jiwa.

Jumlah Penduduk Umur Produktif Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Penduduk di Desa Bangun Sari berusia produktif yaitu 15 – 60 tahun dengan rincian jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Jumlah Penduduk Umur Produktif Berdasarkan Jenis Pekerjaan

| No | Jenis Pekerjaan | Jumlah (Jiwa) |
|----|-----------------------|---------------|
| 1 | PNS/TNI/POLRI | 250 |
| 2 | Pertanian | 2.340 |
| 3 | Perdagangan | 3.708 |
| 4 | Angkutan | 660 |
| 5 | Industri Rumah Tangga | 580 |
| 6 | Jasa Masyarakat | 2.312 |
| 7 | Lainnya | 5.617 |

Sumber: Kecamatan Tanjung Morawa dalam Angka, 2019

Dari tabel diatas diketahui bahwa masyarakat usia produktif di Desa Bangun Sari yang bekerja di sektor pertanian berjumlah 2.340 jiwa atau sekitar 15 persen dari jumlah penduduk berusia produktif bekerja di sektor pertanian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan data penelitian yang bertujuan untuk menyajikan berbagai data-data yang berhubungan dengan prumusan masalah penelitian, dan seluruh hasil penelitian yang diperoleh dan terkait dengan permasalahan yang dibahas atau memaparkan suatu temuan yang ada berkaitan dengan fokus penelitian agar tidak meluas ke permasalahan lain. Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini ada 2 point, yaitu:

Profil Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan

Usaha tanaman hias Panorama Madirsan terletak di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Usaha tanaman hias ini berdiri sejak tahun 2000. Pemilik dari usaha tanaman hias ini bernama Sri Rumada. Usaha tanaman hias Panorama Madirsan merupakan salah satu usaha tanaman hias yang memiliki langganan, pembeli rata – rata berkunjung 2 pekan sekali untuk membeli tanaman hias yang dijual di usaha tanaman hias Panorama Madirsan ini.

Berbagai jenis tanaman hias disediakan oleh pemilik usaha mulai dari ukuran yang kecil sampai dengan tanaman yang berukuran besar ada di usaha tanaman hias Panorama Madirsan. Adapun jenis – jenis tanaman hias yang menjadi best seller di usaha tanaman hias Panorama Madirsan adalah *Aglonema Tisu*, *Clatea*, *Mawas Sp*, *Clatea Balck Lipstik*, *Red Anjamani*, *Bonsai Lohan*, *Tabur Beras*, *Monstera Aponia (Janda Bolong)*, *Aglonema Lelawan*, *Pillow Lanet*, *Lili Paris* dan *Pillow Neon*. Harga tanaman hias yang dijual pun bervariasi mulai dari belasan ribu sampai jutaan rupiah.

Analisis Revenue Cost Ratio (R/C)

Untuk menganalisis masalah pertama pada penelitian ini menggunakan analisis R/C ratio.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang tidak mengalami perubahan walaupun volume produksinya berubah. Biaya tetap dapat digunakan lebih dari satu kali proses produksi. Biaya Tetap pada usahatani tanaman hias di daerah penelitian adalah Biaya Penyusutan Alat. Untuk mengetahui biaya tetap pada usaha tanaman hias di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Tetap Pada Usaha Tanaman Hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

| No | Jenis Biaya Tetap | Nilai Pembelian (Rp) | Umur Ekonomis (Tahun) | Nilai (Rp/UT) |
|--------|-------------------|----------------------|-----------------------|---------------|
| 1 | Cangkul | 225.000 | 5 | 45.000 |
| 2 | Beko | 1.000.000 | 5 | 200.000 |
| 3 | Gunting | 125.000 | 3 | 41.667 |
| 4 | Solo | 450.000 | 5 | 90.000 |
| 5 | Sekop | 75.000 | 5 | 15.000 |
| Jumlah | | | | 391.667 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas biaya tetap yang dikeluarkan oleh petani usaha tanaman hias di daerah penelitian dalam satu bulan adalah Rp. 391.667 per satu bulan.

1. Biaya Variabel Usahatani Tanaman Hias

Tabel 7. Biaya Variabel Pada Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

| No | Jenis Biaya Variabel | Nilai (Rp) |
|-----------------------|--------------------------|--------------|
| 1 | Biaya Bibit Tanaman Hias | Rp87.600.000 |
| 2 | Biaya Pesticida | Rp311.500 |
| 3 | Pupuk Decostar | Rp720.000 |
| 4 | Pupuk NPK | Rp3.220.000 |
| 5 | Kompos | Rp470.000 |
| 6 | Sekam | Rp228.000 |
| 7 | Biaya Tenaga Kerja | Rp420.000 |
| Jumlah Biaya Variabel | | Rp92.969.500 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Biaya Variabel atau biaya tidak tetap adalah biaya yang besarnya dapat berubah – ubah sesuai dengan perubahan volume produksi. Biaya ini terdiri dari Biaya bibit tanaman hias yang dibeli dari pembudidaya tanaman hias yang berada di dalam dan luar negeri, biaya pestisida, biaya pupuk, sekam dan biaya upah tenaga kerja. Sistem pembayaran upah tenaga kerja pada usahatani tanaman hias adalah dalam bentuk upah kerja harian, dengan besaran upah Rp. 70.000 per hari untuk pekerja laki – laki maupun perempuan. Adapun jenis pekerjaan yang dikerjakan oleh tenaga kerja yaitu, membuat media tanam, mengisi media tanam ke polybag dan atau pot, merawat dan melakukan pemupukan tanaman.

Dari Tabel 15. diatas dapat dilihat bahwa biaya variabel yang dikeluarkan pada usaha tanaman hias Panorama Madirsan dalam periode satu bulan adalah sebesar Rp. 92.969.500. Kontribusi terbesar yang membentuk biaya variabel

adalah biaya membeli bibit tanaman hias dengan besaran biaya per bulan untuk bibit tanaman hias adalah Rp. 87.600.000.

2. Total Biaya, Penerimaan dan Keuntungan

Tabel 8 . Total Biaya, Penerimaan dan Keuntungan Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

| No | Keterangan | Jumlah (Rp) |
|----|---------------------|-------------|
| 1 | Biaya Tetap (Rp) | 391.667 |
| 2 | Biaya Variabel (Rp) | 92.969.500 |
| 3 | Total Biaya (Rp) | 93.361.167 |
| 4 | Penerimaan (Rp) | 98.200.000 |
| 5 | Keuntungan (Rp) | 4.838.833 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Keuntungan dari usahatani tanaman hias di daerah penelitian diperoleh dengan memperhitungkan selisih antara total penerimaan dikurangi total biaya (Biaya Tetap dan Biaya Variabel). Berdasarkan Tabel 16. diatas dapat diketahui total biaya (*Total Cost*)pada usaha tanaman hias Panorama Madirsan adalah Rp. 93.361.167. Sedangkan besar penerimaan dari usahatani tanaman hias di daerah penelitian adalah sebesar Rp. 98.200.000 dan keuntungan yang diterima adalah hasil dari Penerimaan petani dikurang dengan total biaya adalah sebesar Rp. 4.838.833.

3. Efisiensi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang

Tabel 9. Efisiensi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang

| No | Uraian | Jumlah (Rp) | R/C Ratio |
|----|------------|-------------|-----------|
| 1 | Penerimaan | 98.200.000 | 1 |
| 2 | Cost | 93.361.167 | |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 9. diatas, diketahui efisiensi usaha tanaman hias di daerah penelitian adalah $1,00 = 1$ dimana hal ini menunjukkan bahwa nilai efisiensi usaha tanaman hias Panorama Madirsan di daerah penelitian telah efisien, atau dapat dikatakan usaha tanaman hias di daerah penelitian layak untuk dikembangkan sebagai sebuah usaha atau bisnis.

Analisis SWOT

Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Standar Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan usaha tanaman hias di Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah sebagai berikut:

Pembobotan (Weighting) dan Penilaian (Rating)

Dalam analisis SWOT setiap faktor / variable strategik diukur dengan melakukan pembobotan dan penilaian untuk menghitung jumlah nilai bobot dari kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman. Pembobotan dan penilaian dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Pembobotan (weighting) dilakukan berdasarkan pertimbangan pengaruh faktor atau variabel tersebut terhadap pencapaian tujuan perusahaan dibandingkan dengan faktor-faktor atau variabel-variabel lainnya dalam kelompoknya. Faktor yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan diberi bobot terbesar, demikian seharusnya hingga faktor yang mempunyai pengaruh paling kecil diberi bobot terkecil. Total bobot untuk setiap faktor, peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan adalah 100%.

- b Penilaian (rating) untuk setiap faktor atau variabel dilakukan dengan Skala Likert menggunakan nilai 1 sampai dengan 4. Penilaian dilakukan dengan membandingkan antara kondisi faktor yang dinilai saat ini.
- c Skor (scoring) dilakukan dengan mengalikan bobot dengan nilai, sehingga akan diperoleh jumlah skor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Jumlah skor kekuatan dikurangi dengan jumlah skor kelemahan diperoleh skor IFE (*Internal Factors Evaluation*). Jumlah skor peluang dikurangkan dengan jumlah skor ancaman diperoleh skor EFE (*External Factors Evaluation*).
- d Berdasarkan skor IFE dan EFE digambarkan diagram Delphi untuk menentukan posisi perusahaan.

Tabel 10. Tabel Penentuan Bobot

| No | Variabel | Dimensi | Bobot (%) |
|------------------------------------|------------------|--|-------------|
| 1 | Kekuatan | 1. Lahan milik sendiri | 0,10 |
| | | 2. Membudisayakan tanaman sendiri | 0,10 |
| | | 3. Sudah memiliki langganan sendiri | 0,10 |
| | | 4. Tidak ada kutipan liar | 0,10 |
| | | 5. Lokasi usaha yang strategis | 0,10 |
| Jumlah Kekuatan | | | 0,50 |
| 2 | Kelemahan | 1. Terbatas bantuan dari pemerintah | 0,10 |
| | | 2. Modal yang terbatas | 0,10 |
| | | 3. Belum maksimal dalam pemasaran | 0,10 |
| | | 4. Banyaknya saingan usaha yang sama | 0,10 |
| | | 5. Harga yang bervariasi | 0,10 |
| Jumlah Kelemahan | | | 0,50 |
| Jumlah Kekuatan + Kelemahan | | | 1,00 |
| 3 | Peluang | 1. Madirsan merupakan daerah sadar wisata | 0,10 |
| | | 2. Menjual dan mengembangkan tanaman sendiri | 0,10 |

| | | |
|---|--|-------------|
| | 3. Akses ke lokasi yang mudah dijangkau | 0,10 |
| | 4. Menyediakan berbagai jenis tanaman hias | 0,10 |
| | 5. Harga yang kompetitif | 0,10 |
| | Jumlah Peluang | 0,50 |
| 4 | Ancaman | |
| | 1. Pemasok tanaman dari luar negeri | 0,10 |
| | 2. Persaingan harga | 0,10 |
| | 3. Keragaman bunga hias yang dijual | 0,10 |
| | 4. Minimnya dukungan pemerintah | 0,10 |
| | 5. Banyaknya penjual di madirsan | 0,10 |
| | Jumlah Ancaman | 0,50 |
| | Jumlah Peluang + Jumlah Ancaman | 1,00 |

Sumber: Data Primer Diolah

Penilaian Analisis SWOT Berdasarkan Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman Dapat Dilihat Pada Berikut:

Tabel 11. Penilaian Analisis SWOT Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

| No | Variabel | Dimensi | Bobot (%) | Rating | Skor |
|--|-----------|--|-----------|--------|------|
| 1 | Kekuatan | 1. Lahan milik sendiri | 0,10 | 3 | 0,3 |
| | | 2. Membudisayakan tanaman sendiri | 0,10 | 3 | 0,3 |
| | | 3. Sudah memiliki langganan sendiri | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 4. Tidak ada kutipan liar | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 5. Lokasi usaha yang strategis | 0,10 | 4 | 0,4 |
| Jumlah Kekuatan | | | | | 1,8 |
| 2 | Kelemahan | 1. Terbatas bantuan dari pemerintah | 0,10 | 2 | 0,2 |
| | | 2. Modal yang terbatas | 0,10 | 2 | 0,2 |
| | | 3. Belum maksimal dalam pemasaran | 0,10 | 3 | 0,3 |
| | | 4. Banyaknya saingan usaha yang sama | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 5. Harga yang bervariasi | 0,10 | 4 | 0,4 |
| Jumlah Kelemahan | | | | | 1,5 |
| Jumlah Kekuatan + Kelemahan | | | | | 3,3 |
| 3 | Peluang | 1. Madirsan merupakan daerah sadar wisata | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 2. Menjual dan mengembangkan tanaman sendiri | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 3. Akses ke lokasi yang mudah dijangkau | 0,10 | 3 | 0,3 |
| | | 4. Menyediakan berbagai jenis tanaman hias | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 5. Harga yang kompetitif | 0,10 | 4 | 0,4 |
| Jumlah Peluang | | | | | 1,9 |
| 4 | Ancaman | 1. Pemasok tanaman dari luar negeri | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 2. Persaingan harga | 0,10 | 3 | 0,3 |
| | | 3. Keragaman bunga hias yang dijual | 0,10 | 4 | 0,4 |
| | | 4. Minimnya dukungan pemerintah | 0,10 | 3 | 0,3 |
| | | 5. Banyaknya penjual di madirsan | 0,10 | 3 | 0,3 |
| Jumlah Ancaman | | | | | 1,7 |
| Jumlah Peluang + Jumlah Ancaman | | | | | 3,6 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil perkalian bobot dan rating untuk faktor kekuatan adalah 1,8 dan faktor kelemahan adalah 1,5. Penjumlahan antara faktor kekuatan dan kelemahan diperoleh hasil 3,3. Sedangkan perkalian bobot dan rating untuk faktor peluang adalah 1,9 dan faktor ancaman adalah 1,7. Penjumlahan antara faktor kelemahan dan peluang diperoleh hasil 3,6.

Internal Faktor Evaluation dan Ekternal Faktor Evaluation

Tabel 12. Internal Factor Evaluation (IFE) Strategi Usaha Tanaman Hias

| FAKTOR - FAKTOR INTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT x RATING |
|---|-------|--------|-------------------|
| KEKUATAN | | | |
| 1. Lahan milik sendiri | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 2. Membudisayakan tanaman sendiri | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. Sudah memiliki langganan sendiri | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 4. Tidak ada kutipan liar | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 5. Lokasi usaha yang strategis | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Jumlah | 1,0 | | 1,8 |
| KELEMAHAN | | | |
| 1. Terbatas bantuan dari pemerintah | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 2. Modal yang terbatas | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 3. Belum maksimal dalam pemasaran | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 4. Banyaknya saingan usaha yang sama | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 5. Harga yang bervariasi | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Jumlah | 2,0 | | 1,5 |
| INTERNAL FACTOR EVALUATION (Kekuatan - Kelemahan) | | | 0,3 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tabel 12 diatas diketahui nilai Internal Factor Evaluatian yaitu 0,3. Nilai Internal Factor Evaluation diperoleh dengan mengurangkan nilai faktor kekuatan dengan nilai faktor kelemahan. Nilai Internal Factor Evaluation digunakan untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha tanaman hias di lokasi penelitian. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah tersebut dapat mempengaruhi jalannya usaha tanaman hias.

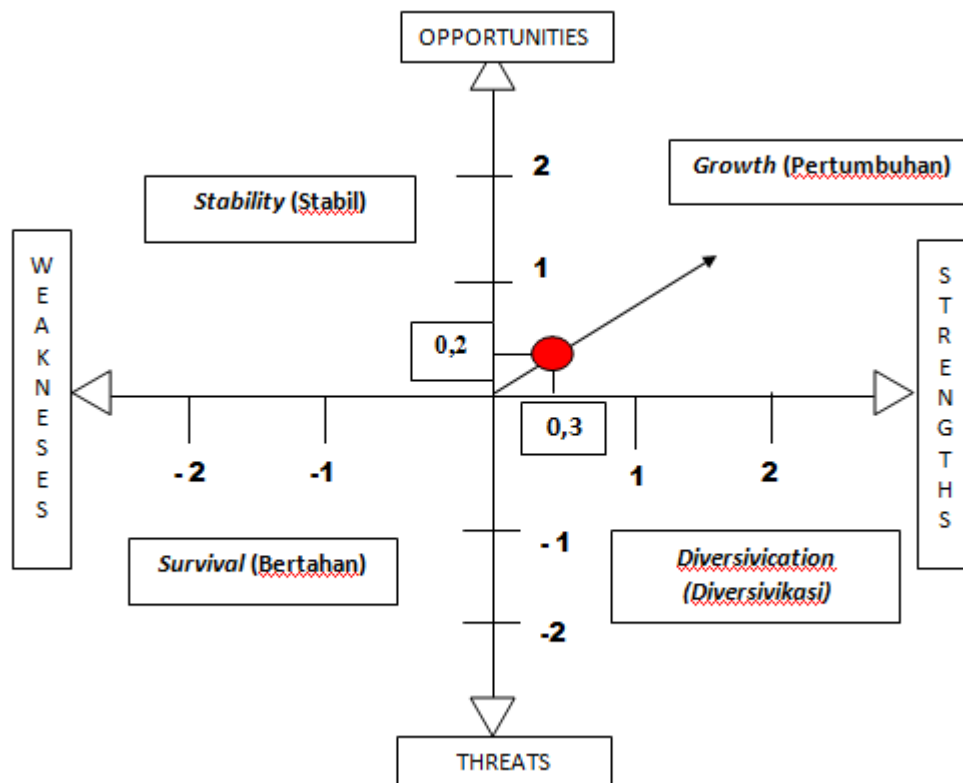
Tabel 13. External Faktor Evaluation (EFE) Strategi Usaha Tanaman Hias

| FAKTOR - FAKTOR EXTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT x RATING |
|--|--------------|---------------|-----------------------|
| PELUANG | | | |
| 1. Madirsan merupakan daerah sadar wisata | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 2. Menjual dan mengembangkan tanaman sendiri | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 3. Akses ke lokasi yang mudah dijangkau | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 4. Menyediakan berbagai jenis tanaman hias | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 5. Harga yang kompetitif | 0,10 | 4 | 0,40 |
| Jumlah | 1,00 | | 1,90 |
| ANCAMAN | | | |
| 1. Pemasok tanaman dari luar negeri | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 2. Persaingan harga | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 3. Keragaman bunga hias yang dijual | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 4. Minimnya dukungan pemerintah | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 5. Banyaknya penjual di madirsan | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Jumlah | 2,00 | | 1,70 |
| EXTERNAL FACTOR EVALUATION (Peluang - Ancaman) | | | 0,20 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tabel 13 diketahui nilai External Factor Evaluatian yaitu 0,30. Nilai External Factor Evaluation diperoleh dengan mengurangi nilai faktor peluang dengan nilai faktor Ancaman. Nilai Internal Factor Evaluation digunakan untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman yang ada pada usaha tanaman hias di lokasi penelitian. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah dari luar usaha dapat mempengaruhi jalannya usaha tanaman hias.

Posisi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan



Gambar 4. Diagram Delphi

Berdasarkan Gambar 4, skor IFE adalah 0,3 yang terletak pada kuadran kekuatan dan EFE adalah 0,2 yang terletak pada **Kuadran I**. Ini merupakan situasi yang menguntungkan, dimana usaha tanaman hias Panorama Madirsan di Gg. Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Posisi ini memiliki arti bahwa usaha tanaman hias di daerah penelitian secara konsolidatif memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada (Gambar 4). Dalam kata lain

pedagang tanaman hias di daerah penelitian dapat menggunakan faktor – faktor Kekuatan yaitu lahan milik sendiri, membudidayakan tanaman sendiri, sudah memiliki langganan sendiri, tidak ada kutipan liar dan lokasi usaha yang strategis, Dengan memanfaatkan faktor – faktor peluang yaitu madirsan merupakan daerah sadar wisata, menjual dan mengembangkan tanaman sendiri, akses ke lokasi yang mudah dijangkau, menyediakan berbagai jenis tanaman hias, dan harga yang kompetitif.

Matriks SWOT

Tabel 14 Matriks SWOT Usaha Tanaman Hias Aglonema di Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

| | | |
|--|--|---|
| IFAS | STRENGTH (S) | WEAKNESSES (W) |
| EFAS | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lahan milik sendiri. 2. Membudidayakan tanaman sendiri. 3. Sudah memiliki langganan tetap. 4. Tidak ada kutipan liar. 5. Lokasi usaha yang strategis. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatas bantuan pemerintah terkait. 2. Modal yang terbatas. 3. Belum maksimal dalam pemasaran. 4. Banyaknya saingan usaha yang sama. 5. Harga yang bervariasi |
| OPPORTUNITIES (O) | STRATEGI SO | STRATEGI WO |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Daerah Sadar Wisata. 2. Menjual dan mengembangkan tanaman sendiri. 3. Akses ke lokasi usaha yang mudah dijangkau. 4. Menyediakan beragam jenis tanaman hias. 5. Harga yang kompetitif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilik dapat memanfaatkan lahan yang dimiliki untuk mengembangkan tanaman sendiri. 2. Pemilik dapat mempertahankan langganan dengan memberikan layanan pesan antar kepada konsumen dengan harga yang lebih ekonomis dan membuat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya bantuan pemerintah terkait dapat di atasi apabila pemilik dan anggota kelompok tani sadar wisata melakukan swadaya membangun beberapa fasilitas untuk memperindah lokasi usaha untuk menarik pembeli. 2. Modal yang terbatas dapat diatasi dengan memperbanyak tanaman sendiri untuk meningkatkan |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>discount untuk minimal pembelian tertentu.</p> <p>3. Pemilik dapat memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mengundang pembeli/konsumen dengan promosi di media sosial atau pun surat kabar.</p> | <p>nilai tambah tanaman yang akan dijual agar harga semakin baik untuk memperoleh laba yang maksimum.</p> <p>3. Banyaknya pedagang yang sama tidak akan menjadi masalah apabila pemilik dapat menyediakan tanaman hias yang lebih beragam.</p> |
| <p>THREATS (T)</p> <p>1. Pemasok tanaman dari luar negeri.</p> <p>2. Persaingan harga.</p> <p>3. Keragaman bunga hias yang dijual.</p> <p>4. Minimnya dukungan pemerintah.</p> <p>5. Banyaknya penjual di Madirsan.</p> | <p>STRATEGI ST</p> <p>1. Memanfaatkan lahan untuk menghasilkan tanaman yang dipasok oleh penjual lain.</p> <p>2. Memanfaatkan pelanggan tetap dengan memberikan discount harga.</p> <p>3. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis dengan melakukan promosi di media sosial untuk menggapai konsumen luar daerah dan mengenalkan madirsan kepada calon pembeli potensial.</p> | <p>STRATEGI WT</p> <p>1. Keterbatasan bantuan pemerintah dapat dihadapi dengan swadaya melalui kelompok tani untuk melakukan studi untuk belajar budidaya tanaman hias kepada ahlinya.</p> <p>2. Modal yang terbatas dapat dihadapi dengan melakukan budidaya tanaman hias sendiri untuk menambah nilai tambah tanaman hias yang akan dijual.</p> <p>3. Pemasaran yang belum maksimal dan ancaman banyaknya penjual yang sama dapat diatasi dengan melakukan ekspansi usaha melalui media sosial untuk menawarkan tanaman hias kepada konsumen potensial yang ada di luar kota.</p> |

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Bentuk Strategi Usaha Tanaman Hias Panorama Madirsan di Madirsan Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

Bentuk strategi usaha tanaman hias di daerah penelitian menggunakan Strategi S O (*Strength and Opportunities*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal . Adapun Strategi SO yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik dapat memanfaatkan lahan yang dimiliki untuk mengembangkan tanaman sendiri.
2. Pemilik dapat mempertahankan langganan dengan memberikan layanan pesan antar kepada konsumen dengan harga yang lebih ekonomis dan membuat discount untuk minimal pembelian tertentu.
3. Pemilik dapat memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mengundar pembeli/konsumen dengan promosi di media sosial atau pun surat kabar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Untuk memberikan gambaran lebih singkat mengenai hasil penelitian, berikut ini adalah beberapa kesimpulan dari penelitian ini.

1. Hasil perhitungan Revenue per Cost menunjukkan efisiensi usahatani tanaman hias Panorama Madirsan di daerah penelitian adalah $1,00 = 1$ dimana hal ini menunjukkan bahwa nilai efisiensi usaha tani di daerah penelitian telah efisien.
2. Hasil score Internal Faktor Evaluation adalah 0,3 dan hasil score Eksternal Faktor Evaluation adalah 0,2. Menunjukkan posisi usahatani tanaman hias Panorama Madirsan Desa Bangun Sari berada pada Kuadran I, dimana strategi yang tepat untuk usaha tanaman hias di daerah penelitian adalah Pertumbuhan Agresif (*Growth Oriented Strategy*).
3. Strategi usaha tanaman hias di daerah penelitian adalah sebagai berikut:
 - I. Pemilik dapat memanfaatkan lahan yang dimiliki untuk mengembangkan tanaman sendiri.
 - II. Pemilik dapat mempertahankan langganan dengan memberikan layanan pesan antar kepada konsumen dengan harga yang lebih ekonomis dan membuat discount untuk minimal pembelian tertentu.
 - III. Pemilik dapat memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mengundang pembeli/konsumen dengan promosi di media sosial atau pun surat kabar.

Saran

Dengan kesimpulan yang dipaparkan di atas, adapun saran – saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan hasil penelitian ini diharapkan petani tanaman hias di Madirsan Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang dapat menerapkan strategi yang lebih baik
2. Untuk pihak-pihak terkait diharapkan dapat memberikan bantuan kepada kelompok tani sadar wisata agar tetap optimis membangun usahan tanaman hias, demi mencapai tujuan dibentuknya kelompok tani sadar wisata yang telah dibentuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Acquaah, G. 2002. *Plant Physiology Second Edition*. Pearson Education Inc. New Jersey.
- Ahmad Subagyo. 2008. *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. PT.Gramedia. Jakarta.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- David, F.R. 2004. "Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh". PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Haryono Sumangun. 2004. *Penyakit-Penyakit Tanaman Hortikultura Di Indonesia*, Penerbit Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Ibrahim.,2009. *Studi Kelayakan Bisnis* Edisi Revisi. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2008. *The Power Of Brands*. Cetakan ketiga, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sinaga Sepriani Sri, 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Bunga Potong (Studi Kasus: Desa Raya Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara)*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sutojo dan f. Kleinsteuber, 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Suratyah. k, 2008, *Ilmu Usahatani*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi, 1995, *Analisis Usahatani*, UI-Press, Jakarta.
- Kotler, Philip : Amstrong, Garry, 2008. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga. Jakarta.
- Rukmana R, 1997. *Anthurium, Seri Tanaman Hias*, Kanisius. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2017. *Statistik Tanaman Hortikultura Sumatera Utara*, . Rilis Grafika. SUMUT.

Lampiran I

(Fix Cost) Biaya Tetap

| No | Jenis Biaya Tetap | Nilai Pembelian (Rp) | Umur Ekono |
|-----------|--------------------------|-----------------------------|-------------------|
| 1 | Cangkul | 225.000 | 5 |
| 2 | Beko | 1.000.000 | 5 |
| 3 | Gunting | 125.000 | 3 |
| 4 | Solo | 450.000 | 5 |
| 5 | Sekop | 75.000 | 5 |

Jumlah

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Lampiran III

Variabel Cost (Biaya Tidak Tetap)

| No | Jenis Biaya Variabel | Nilai (Rp) |
|------------------------------|-----------------------------|---------------------|
| 1 | Biaya Bibit Tanaman Hias | Rp87.600.000 |
| 2 | Biaya Pestisida | Rp311.500 |
| 3 | Pupuk Decostar | Rp720.000 |
| 4 | Pupuk NPK | Rp3.220.000 |
| 5 | Kompos | Rp470.000 |
| 6 | Sekam | Rp228.000 |
| 7 | Biaya Tenaga Kerja | Rp420.000 |
| Jumlah Biaya Variabel | | Rp92.969.500 |

Lampiran IV

Penerimaan

| No | Nama Tanaman | Harga Beli Bibit (Rp/Pot) | Jumlah Penjualan Pot/Bulan | Harga Jual (Rp/Pot) | Total Penerimaan Rp/Bulan |
|---------------|--|---------------------------------|----------------------------------|------------------------|---------------------------------|
| 1 | <i>Aglonema Tisu</i> | 200.000 | 10 | 300.000 | 3.000.000 |
| 2 | <i>Clatea</i> | 350.000 | 50 | 400.000 | 20.000.000 |
| 3 | <i>Mawar</i> | 10.000 | 2000 | 20.000 | 40.000.000 |
| 4 | <i>Clatea Black Lipstick</i> | 200.000 | 25 | 300.000 | 7.500.000 |
| 5 | <i>Red Anjamani</i> | 250.000 | 12 | 350.000 | 4.200.000 |
| 6 | <i>Bonsai Lohan</i> | 1.500.000 | 1 | 3.000.000 | 3.000.000 |
| 7 | <i>Tabur Beras</i> | 160.000 | 10 | 200.000 | 2.000.000 |
| 8 | <i>Monstera Apsonia (Janda Bolong)</i> | 800.000 | 10 | 1.000.000 | 10.000.000 |
| 9 | <i>Aglonema Lelawan</i> | 35.000 | 50 | 40.000 | 2.000.000 |
| 10 | <i>Pillow Lanet</i> | 80.000 | 20 | 100.000 | 2.000.000 |
| 11 | <i>Lili Paris</i> | 20.000 | 100 | 25.000 | 2.500.000 |
| 12 | <i>Pillow Neon</i> | 80.000 | 20 | 100.000 | 2.000.000 |
| Jumlah | | | 2.308 | 5.835.000 | 98.200.000 |

Data Primer Diolah, 2020

Lampiran V

Internal Factor Evaluation (IFE)

| FAKTOR - FAKTOR INTERNAL | BOBOT | RATING |
|--|--------------|---------------|
| KEKUATAN | | |
| 1. Lahan milik sendiri | 0,1 | 3 |
| 2. Membudisayakan tanaman sendiri | 0,1 | 3 |
| 3. Sudah memiliki langganan sendiri | 0,1 | 4 |
| 4. Tidak ada kutipan liar | 0,1 | 4 |
| 5. Lokasi usaha yang strategis | 0,1 | 4 |
| Jumlah | 1,0 | |
| KELEMAHAN | | |
| 1. Terbatas bantuan dari pemerintah | 0,1 | 2 |
| 2. Modal yang terbatas | 0,1 | 2 |
| 3. Belum maksimal dalam pemasaran | 0,1 | 3 |
| 4. Banyaknya saingan usaha yang sama | 0,1 | 4 |
| 5. Harga yang bervariasi | 0,1 | 4 |
| Jumlah | 2,0 | |
| INTERNAL FACTOR EVALUATION (Kekuatan - Kelemahan) | | |

Lampiran VI

External Factors Evaluation (EFE)

| FAKTOR - FAKTOR EXTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT x RATING |
|--|--------------|---------------|-----------------------|
| PELUANG | | | |
| 1. Madirsan merupakan daerah sadar wisata | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 2. Menjual dan mengembangkan tanaman sendiri | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 3. Akses ke lokasi yang mudah dijangkau | 0,10 | 3 | 0,40 |
| 4. Menyediakan berbagai jenis tanaman hias | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 5. Harga yang kompetitif | 0,10 | 4 | 0,40 |
| Jumlah | 1,00 | | 2,00 |
| ANCAMAN | | | |
| 1. Pemasok tanaman dari luar negeri | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 2. Persaingan harga | 0,10 | 3 | 0,30 |

| | | | |
|-------------------------------------|-------------|---|-------------|
| 3. Keragaman bunga hias yang dijual | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 4. Minimnya dukungan pemerintah | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 5. Banyaknya penjual di madirsan | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Jumlah | 2,00 | | 1,70 |
| EXTERNAL FACTOR EVALUATION | | | |
| (Peluang - Ancaman) | | | 0,20 |