

ABSTRAK

Sektor perkebunan di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Dinas Perkebunan Sumatera Barat, didapat grafik PDB sektor perkebunan terus meningkat. Sumatera Barat merupakan salah satu daerah penghasil jeruk lemon lokal. Usaha agrobisnis perkebunan jeruk lemon merupakan komoditi yang sedang giat dikembangkan di Kota Sawahlunto dan Kabupaten Dharmasraya. Banyaknya manfaat kesehatan dari buah jeruk lemon menggiatkan para petani di Sumatera Barat untuk berkebun jeruk lemon lokal, untuk tahun 2018 perkebunan jeruk lemon mencapai luas 25 hektar.

Harlen *Group* merupakan *start up* pengolahan jeruk lemon lokal yang berlokasi di Kota Sawahlunto, Sumatera Barat. Harlen *Group* didirikan melihat potensi melimpahnya buah jeruk lemon lokal dan guna membantu para petani lemon lokal di Kota Sawahlunto dan Kabupaten Dharmasraya. Selaku perusahaan yang memproduksi produk olahan jeruk lemon skala rumahan, belum mampu meraih target penjualan setiap bulannya. Untuk meraih target penjualan yang sudah ditetapkan. Harlen *Group*, perlu menentukan faktor kekuatan dan kelemahan utama dari lingkungan internal perusahaan serta faktor peluang dan ancaman utama dari lingkungan eksternal perusahaan.

Keseluruhan faktor-faktor internal dan eksternal juga digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan menggunakan matriks IE (internal, eksternal) dan menjadi bahan pertimbangan dalam membuat beberapa alternatif strategi pemasaran berdasarkan kekuatan, kelemahan perusahaan untuk menghadapi peluang dan ancaman yang ada dengan menggunakan matriks SWOT, dari beberapa alternatif strategi pemasaran hasil matriks SWOT dan ditambah alternatif strategi pemasaran eksisting, maka dipilih strategi terbaik dari hasil analisis menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Hasil penelitian didapat kan faktor kekuatan utama internal Harlen *Group* adalah variasi produk DeGoMon dan kelemahan utama internal Harlen *Group* adalah pertumbuhan pendapatan. Sedangkan untuk faktor peluang utama eksternal Harlen *Group* yaitu belum ada pesaing di Sumatera Barat dan faktor utama ancaman Eksternal Harlen *Group* adalah belum keluarnya izin PIRT.

Posisi perusahaan berdasarkan matriks IE berada pada kuadran V atau berada pada posisi *Hold and Maintain*. Hasil matriks SWOT menghasilkan 10 alternatif strategi pemasaran dan di analisis menggunakan QSPM. Strategi-strategi yang sudah di ranking disesuaikan kembali dengan kesanggupan Harlen *Group* untuk segera mengimplementasikan strategi yang sudah ada. Pengelompokkan strategi Harlen *Group* menjadi 2 yaitu strategi utama

untuk segera implementasi dan strategi Harlen *Group* kedepannya. Dari strategi utama atau strategi jangka pendek yang bisa segera di realisasikan oleh Harlen Group, 4 strategi teratas dengan skor TAS tertinggi yaitu menerbitkan izin PIRT untuk memastikan kualitas produk DeGoMon teruji, agar bisa bersaing dengan produk sejenis, kedua bekerja sama dengan warga sekitar untuk menjaga ketersediaan bahan baku jeruk lemon lokal dengan meningkatnya target produksi, ketiga *outsourcing* SDM yang mumpuni dalam hal desain kemasan dan konten untuk sosial media produk DeGoMon untuk mengoptimalkan penjualan dan promosi lewat sosial media, terakhir memanfaatkan perkembangan internet dengan mendaftarkan produk DeGoMon di *market store* dan sosial media untuk memperkenalkan dan menjual produk DeGoMon ke masyarakat luas.

Keywords: Matriks IFE, EFE, IE, SWOT, *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)