

## ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA CV. SANGGABUANA CIPTA AROM DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM

### *ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN CV. SANGGABUANA CIPTA AROMA USING QSPM METHOD*

<sup>1</sup>Sisca Eka Fitria S.T.,M.M, <sup>2</sup>Lalu Gilang Faisal Sani.,

<sup>1,2</sup>Prodi S-1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom  
e-mail: <sup>1</sup>siscaef@staff.telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup>lalugilang@student.telkomuniversity.ac.id

---

#### Abstrak

Agribisnis untuk saat ini di Indonesia merupakan industri yang membantu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan membantu memberikan tambahan dana bagi negara. CV. Sanggabuana Cipta Aroma merupakan salah satu perusahaan yang menggeluti bisnis di sektor agribisnis, tepatnya pada pengembangan usaha serai wangi. Dalam lingkungan bisnis, CV. Sanggabuana menghadapi persaingan dengan perusahaan skala kecil hingga besar. Dalam menghadapi persaingan bisnis, CV. Sanggabuana Cipta Aroma memerlukan berbagai alternatif strategi dalam menghadapi situasi dan kondisi tersebut.

Dalam menganalisa dan mencari alternatif strategi, maka penelitian berikut menggunakan metode QSPM. Metode tersebut diperlukan analisa mengenai faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap perkembangan bisnis CV. Sanggabuana Cipta Aroma.

Tujuan dari penelitian ini yaitu merumuskan dan memilih perencanaan strategi yang tepat untuk pengembangan bisnis milik CV. Sanggabuana Cipta Aroma serta menentukan prioritas strategi terbaik yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk periode berikutnya.

Kata kunci : pengembangan bisnis, faktor internal, faktor eksternal, SWOT, QSPM.

#### *Abstract:*

*Agribusiness for now in Indonesia is an industry that helps improve the economic level of the community and helps provide additional funds for the country. CV. Sanggabuana Cipta Aroma is one of the companies that is in business in the agribusiness sector, precisely in the development of the lemongrass business. In the business environment, CV. Sanggabuana faces competition from small to large scale companies. In the face of business competition, CV. Sanggabuana Cipta Aroma requires various alternative strategies in dealing with these situations and conditions.*

*In analyzing and looking for alternative strategies, the following research uses the QSPM method. This method requires an analysis of internal factors and external factors that influence the business development of CV. Sanggabuana Cipta Aroma.*

*The purpose of this study is to formulate and choose the right strategic planning for the development of business owned by CV. Sanggabuana Cipta Aroma and determine the priority of the best strategy that can be applied by the company for the next period.*

*Keyword : business development, internal factors, external factors, SWOT, QSPM*

---

## 1. Pendahuluan



Gambar 1 CV. Sanggabuana Cipta Aroma

CV. Sanggabuana Cipta Aroma adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen operasional dan khususnya pengembangan pada bidang kewirausahaan. Perusahaan ini berdiri sejak bulan Maret 2005. Seiring berjalannya waktu, peluang bisnis dalam sisi kewirausahaan disertai dengan pengembangan sumber daya manusia semakin berkembang dan banyak diminati masyarakat.

Perusahaan ini berlokasi di Ruko Ciledug Centre Blok B7 Jalan Hos. Cokroaminoto, Ciledug, Tangerang. Semula CV. Sanggabuana Cipta Aroma dalam perihal bisnis hanya fokus pada sisi pemasaran dan *supply chain management* dari bisnis serai wangi milik PT Sangga Buana Group. Namun, kini CV Sanggabuana Cipta Aroma yang merupakan anak perusahaan dari Sangga Buana Group menekuni, mempelajari, dan berkontribusi dalam bidang bisnis serai wangi. Terdapat beberapa faktor mengenai tertariknya perusahaan menekuni agribisnis pada tanaman serai wangi. Bisnis serai wangi bersifat padat karya sehingga mampu menyerap banyak tenaga kerja, secara sisi bisnis usaha serai wangi cukup menguntungkan, yang dimana BEP dapat dicapai dalam tempo kurang lebih 1 tahun. Pebisnis untuk skala menengah kebawah masih sedikit yang melihat peluang bisnis dari tanaman serai wangi, dan bisnis serai wangi mampu berdiri sendiri atau bekerjasama dengan pihak lain.

No.	Sektor	2013	2014	2015	2016	2017	Trend(%) 2013- 2017	Perub.(%) 20113- 2017	Peran(%) 2017	Peran (%) 2018
1.	Pertanian	5.713	5.770	5.631	5.465	5.880	0,03	7,58	3,84	3,41
2.	Industri Pengolahan	113.029	117.329	106.667	108.373	122.838	0,87	13,35	80,24	78,32
3	Mining	31.159	22.850	19.461	18.171	24.313	-7.00	33,80	15,88	18,23

Tabel 1 Data Potensi Ekspor Agribisnis Indonesia

Sumber : Data Kementerian Perdagangan Indonesia, 2017

Bahwasanya dari 3 sektor yang mendominasi dalam perdagangan ekspor adalah pertanian, industry pengolahan, dan *mining*. Data dari Kemendag RI (2017) menyajikan data bahwa sektor pertanian masih lemah dalam perdagangan ekspor. Hal tersebut menjadi suatu dorongan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi Sumber Daya Alam (SDA) Indonesia agar lebih dimanfaatkan dalam upaya peningkatan taraf ekonomi sosial. Melihat fenomena berdasarkan data dari Kementrian Perdagangan Indonesia pada tahun 2017 tersebut, CV.

Sanggabuana Cipta Aroma sebagai salah satu perusahaan yang berperan dalam bisnis pada sisi pertanian merasa harus lebih giat dalam mengembangkan bisnis serai wangi.



Gambar 2 Tanaman Serai Wangi

Serai wangi merupakan salah satu jenis agribisnis dalam bidang pertanian yang tergolong dalam suku rumput-rumputan. Tanaman tersebut dikembangkan oleh perusahaan bertujuan untuk memperoleh manfaat, nilai tambah, serta dibudidayakan. Keunikan dalam dunia bisnis ternyata serai wangi memiliki kandungan *citronelal oil* yang dapat digunakan menjadi bahan campuran minyak atsiri yang berpotensi tinggi untuk dijadikan bahan campuran parfum, sabun, dan pengharum.

Tahun	ekspor	
	Volume (Ton)	Nilai (000 US\$)
2008	1.235	26.226
2009	1.079	18.608
2010	1.041	28.461
2011	992	37.382
2012	5.110	24.669

Tabel 2 Data Ekspor Tanaman Serai Wangi

Sumber : Direktorat Jenderal Perkebunan, 2012

Mengenai data ekspor serai wangi menunjukkan adanya peningkatan permintaan pasar akan minyak atsiri, membuat beberapa pelaku bisnis dan usaha kecil menengah (UKM) berbondong-bondong untuk terjun di dunia bisnis serai wangi. Mungkin, awal mula masyarakat pada umumnya hanya mengetahui manfaat serai sebagai bahan baku untuk bumbu dapur, akan tetapi kini sudah mulai menyebar luas informasi mengenai manfaat serai secara potensial bisnis. Serta untuk para pebisnis yang sangat tertarik dan sudah melakukan analisa mengenai pasar dari serai wangi baik dalam negeri hingga luar negeri, kini berlomba-lomba untuk mengembangkan bisnis tersebut. Serai wangi ternyata memiliki potensi penjualan ekspor yang cukup bagus.



Gambar 3 Minyak Atsiri dari penyulingan serai wangi

Minyak atsiri adalah minyak yang diperoleh dari hasil penyulingan pada bagian atas tanaman serai wangi. Minyak atsiri cenderung berbentuk cair pada suhu ruangan, berbeda dengan minyak hewani yang cenderung berbentuk padat. Minyak atsiri lebih mudah menguap karena kaya akan ikatan ganda dan asam lemak tidak jenuh yang menyusunnya dibandingkan dengan lemak kaya akan ikatan asam lemak jenuh. Manfaat dari minyak atsiri dapat berguna untuk mengusir serangga, mengurangi stress, memperlancar detoksifikasi, dan pengharum alami.

Negara Tujuan	2013		2014		2015		2016		2017	
	Berat (ton)	Nilai (Ribu US\$)	Berat (ton)	Nilai (Ribu US\$)	Berat (ton)	Nilai (Ribu US\$)	Berat (ton)	Nilai (Ribu US\$)	Berat (ton)	Nilai (Ribu US\$)
Australia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Belgium	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estonia	10.20	16.97	-	-	-	-	-	-	-	-
France	-	-	-	-	-	-	4.56	251.37	7.4	351.40
Germany	14.40	1302.60	10.80	887.74	32.22	3254/79	10.80	500.08	-	-
Netherland	18.00	1555.70	32.40	2514.06	25.20	1015.42	57.60	2087.30	21.6	1012.40
Singapore	-	-	-	-	-	-	-	-	10	325.00
Spain	45.07	2441.36	19.76	1204/60	67.18	3254.79	21.58	1077.93	15	539.50
UK	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
US	63.23	5999.66	96.80	7683.59	85.08	3203.36	99.58	4456.50	57.4	3548.88
<b>Jumlah</b>	<b>150.90</b>	<b>11316.29</b>	<b>159.76</b>	<b>12289.99</b>	<b>209.68</b>	<b>10728.36</b>	<b>194.12</b>	<b>8373.18</b>	<b>111.40</b>	<b>5777.18</b>

Tabel 3 Data Ekspor Minyak Atsiri Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2017

Mengenai data ekspor minyak atsiri Indonesia kepada negara lain cukup baik. Untuk tahun 2013 berhasil ekspor sejumlah 150.90 ton dengan nilai 11316.29 ribu US\$ , tahun 2014 berhasil ekspor sejumlah 159.76 ton dengan nilai 12289.99 ribu US\$, tahun 2015 berhasil ekspor sejumlah 209.68 ton dengan nilai 10728.36 ribu US\$, tahun 2016 berhasil ekspor sejumlah 194.12 ton dengan nilai 8373.18 ribu US\$, tahun 2017 berhasil ekspor sejumlah 111.40 ton dengan nilai 5777.18 ribu US\$.

Tahun	Jumlah Usaha (Unit)
2014	263.783
2015	266.459
2016	266.945

Tabel 4 Data Perkembangan Agribisnis di Sukabumi

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat, 2017

Mengenai perkembangan industri agribisnis di Sukabumi pada tahun 2014 hingga 2016 mengalami peningkatan. Pada tahun 2014 jumlah usaha terdapat 263.783 unit usaha. Pada tahun 2015 terdapat 266.459 unit usaha. Pada tahun 2016 terdapat 266.945 unit usaha. Pada tahun 2014 beralih ke tahun 2015 mengalami peningkatan 26,76 persen. Pada tahun 2015 beralih ke tahun 2016 mengalami peningkatan 0,486 persen. CV. Sanggabuana Cipta Aroma melihat ketersediaan lahan yang luas dan kaya akan kandungan tanah, rendahnya taraf hidup masyarakat setempat, tersebarinya unit usaha kecil yang berpotensi serta belum berkembangnya pebisnis serai wangi di wilayah Sukabumi itu yang menjadi peluang dan prospek bisnis bagi perusahaan dalam menekuni bisnis serai wangi di daerah Sukabumi.

## 2. Dasar Teori

### 2.1 *entrepreneurship*

Menurut Suryana, *entrepreneurship* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan definisi ini, inti dari *entrepreneurship* adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat ide baru dengan mengombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide lama. Sedangkan inovasi merupakan penerapan dari penemuan suatu proses produksi baru atau pengenalan akan suatu produk baru

### 2.2. Agribisnis

Agribisnis adalah kegiatan yang berhubungan dengan penanganan komoditi pertanian dalam arti luas, yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan masukan dan keluaran produksi (agroindustri), pemasaran masukan-keluaran pertanian dan kelembagaan penunjang kegiatan. Yang dimaksud dengan berhubungan adalah kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian (Downey dan Erickson (1987).

### 2.3. Strategi Bisnis

Menurut Hariadi (2003: 34) strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut.

### 2.4. *Strategy Formulation Process*

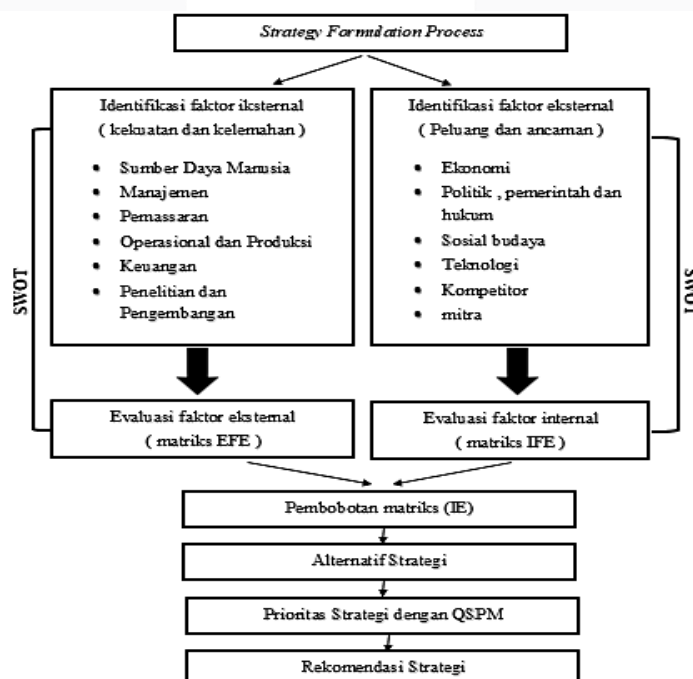
mengenai *strategy formulation process* menurut Fred R. David (2011), "*Strategic management can be defined as the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions that enable an organization to achieve its objectives.*" Yang memiliki arti bahwa dalam manajemen strategis dapat ditemukan 3 tahapan yaitu tahap formulasi, implementasi, dan tahap evaluasi.

### 2.5. QSPM

Menurut David (2009) , pada analisis QSPM ini beberapa alternatif strategi dilakukan evaluasi secara obyektif berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan yang sebelumnya sudah diidentifikasi. Dalam hal ini, seorang pengusaha harus bisa menentukan strategi yang baik sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

### 2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat diuraikan berdasarkan gambar 4



Gambar 4 Kerangka Pemikiran

### 3. Pembahasan

#### 3.1. Jenis Penelitian

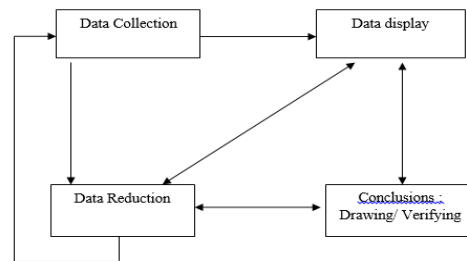
Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan tipenya penelitian ini termasuk dalam klasifikasi penelitian studi kasus. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Jenis penelitian studi kasus adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi (Conny R. Semiawan 49:2010). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini bersifat deskriptif, (Sudarwan Danim 2013) mengatakan, pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, dan kebanyakan bukan angka-angka.

#### 3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan adalah triangulasi. pengumpulan data triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data sumber yang telah ada, Peneliti menggunakan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono 125: 2018).

#### 3.3. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini model analisis data yang digunakan yaitu model analisis data Miles dan Huberman (1992). Jika digambarkan analisis data model Miles dan Huberman (2014) yaitu seperti pada gambar 5:



Gambar 5. Proses Analisis Data Model Miles dan Huberman (2014)

Reduksi data ialah bentuk analisis yang bertujuan menajamkan, mengelompokan, memfokuskan dan membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data untuk memperoleh sebuah kesimpulan.

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 4.1 SWOT Matrix

Pada penelitian ini hasil SWOT Matrix berdasarkan analisa mengenai faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap bisnis CV. Sanggabuana Cipta Aroma dapat dilihat pada gambar 6 dibawah ini :

Matriks SWOT	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tenaga kerja yang tersedia tercukupi</li> <li>Tenaga kerja cukup berpengalaman</li> <li>Tersedia tim konsultan</li> <li>Terdapat program peningkatan motivasi kerja</li> <li>Attitude tenaga kerja cukup baik</li> <li>Memiliki tujuan bisnis berkualitas</li> <li>Terdapat program pengawasan cukup baik</li> <li>Kualitas produk cukup baik dan teruji</li> <li>Harga jual produk bersaing di pasaran</li> <li>Lokasi produksi dekat dengan pasar</li> <li>Distribusi produk secara mandiri</li> <li>Menggunakan varietas bibit unggul</li> <li>Memiliki RAB yang jelas</li> <li>Proses penyulingan dengan teknik berkualitas</li> <li>Terdapat program peningkatan skill dan knowledge SDM</li> <li>Sumber daya yang dibutuhkan cukup tersedia</li> <li>Seluruh bidang berkontribusi aktif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kapasitas produksi cukup terbatas</li> <li>Tidak melakukan promosi</li> <li>Sarana dan prasarana masih semi modern</li> <li>Quality control dari output produk masih dengan cara tradisional</li> <li>Permodalan cukup terbatas</li> <li>Sistem pengelolaan keuangan dengan cara semi modern</li> </ol>
<b>Opportunities</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatnya industri agribisnis di Indonesia</li> <li>Mengetahui dan memenuhi syarat legalitas dalam menjalani bisnis serai wangi</li> <li>Program pengembangan agribisnis dari pemerintah</li> <li>Adat dan budaya lingkungan sekitar cukup mendukung</li> <li>Melakukan kegiatan bermitra bisnis dengan pihak lain</li> <li>Gaya hidup masyarakat sekitar memiliki etos kerja cukup tinggi</li> </ol>	Strategi S-O <b>SO1.</b> Optimalisasikan SDM yang berkualitas dan berpengalaman (S1,S2,S3,O1,O6) <b>SO2.</b> Menjaga kualitas produk (S3,S7,S8,S12,S14,O1,O5) <b>SO3.</b> Membuka luas program bermitra (S6,S9,S12,S13,O1,O2,O5)	Strategi W-O <b>WO1.</b> Melakukan ekspansi lahan (W1,O3,O5) <b>WO2.</b> Berusaha melakukan promosi (W2,O1,O3,O5)
<b>Threats</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengalami kenaikan tingkat suku bunga</li> <li>Teknologi yang digunakan semi modern</li> <li>Pebisnis dari china yang berbisnis serai wangi</li> <li>Barang substitusi mudah didapatkan</li> <li>Harga barang substitusi cukup murah</li> <li>Peralatan yang tersedia masih tradisional</li> <li>Kompetitor memiliki kapasitas produksi cukup banyak</li> </ol>	Strategi S-T <b>ST1.</b> Menetapkan strategi harga (S3,S8,S9,S13,T1,T5) <b>ST2.</b> Melakukan pengembangan produk (S3,S8,S9,S12,S14,T3,T5)	Strategi W-T <b>WT1.</b> Mengoptimalkan asset yang tersedia (W3,W4,W5,T2,T9) <b>WT2.</b> Meningkatkan kapasitas produksi (W1,T3,T4,T7)

Gambar 6. SWOT Matrix penelitian

## 4.2 QSPM

Pada penelitian ini hasil QSPM Matrix berdasarkan analisa SWOT Matrix sebelumnya, dihasilkan prioritas strategi untuk CV. Sanggabuana Cipta Aroma dapat dilihat pada gambar 7 berikut ini :

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi																	
		STRA 1		STRA 2		STRA 3		STRA 4		STRA 5		STRA 6		STRA 7		STRA 8		STRA 9	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Strength</b>																			
1. Tenaga kerja yang tersedia tercukupi	0.053	4	0.214	2	0.107	2	0.107	2	0.107	1	0.053	1	0.053	2	0.107	2	0.107	3	0.106
2. Tenaga kerja berpengalaman	0.053	4	0.214	3	0.160	2	0.107	3	0.160	1	0.053	1	0.053	3	0.160	2	0.107	3	0.160
3. Tersedia tim konsultan	0.035	4	0.142	3	0.107	2	0.071	3	0.107	1	0.035	3	0.107	4	0.142	2	0.071	4	0.142
4. Terdapat program peningkatan motivasi kerja	0.053	4	0.214	1	0.053	1	0.053	1	0.053	2	0.107	2	0.107	1	0.053	1	0.053	1	0.053
5. Attitude tenaga kerja cukup baik	0.035	3	0.107	1	0.035	1	0.035	2	0.071	1	0.035	2	0.071	1	0.035	1	0.035	2	0.071
6. Memiliki tujuan bisnis berkualitas	0.035	2	0.071	1	0.035	3	0.107	2	0.071	2	0.071	1	0.035	2	0.071	2	0.071	2	0.071
7. Terdapat program pengawasan cukup baik	0.035	3	0.107	4	0.142	3	0.107	3	0.107	2	0.071	1	0.035	1	0.035	2	0.071	3	0.107
8. Kualitas produk cukup baik dan teruji	0.035	3	0.107	4	0.142	3	0.107	2	0.071	3	0.107	3	0.107	3	0.107	2	0.071	3	0.107
9. Harga jual produk bersaing di pasaran	0.035	3	0.107	3	0.107	3	0.107	3	0.107	2	0.071	3	0.107	3	0.107	3	0.107	3	0.107
10. Lokasi produksi dekat dengan pasar	0.035	2	0.071	2	0.071	2	0.071	2	0.071	2	0.071	2	0.071	1	0.035	3	0.107	2	0.071
11. Distribusi produk secara mandiri	0.053	1	0.053	1	0.053	2	0.107	2	0.107	2	0.107	2	0.107	1	0.053	2	0.107	2	0.107
12. Menggunakan varietas bibit unggul	0.053	2	0.107	4	0.214	4	0.214	4	0.214	4	0.214	4	0.214	4	0.214	3	0.160	4	0.214
13. Memiliki RAB yang jelas	0.035	1	0.035	1	0.035	3	0.107	3	0.107	2	0.071	2	0.071	2	0.071	3	0.107	2	0.071
14. Proses penyulingan dengan teknik berkualitas	0.053	2	0.107	3	0.107	2	0.107	3	0.160	3	0.160	2	0.107	3	0.160	3	0.160	3	0.160
15. Terdapat program peningkatan skill dan knowledge SDM	0.053	2	0.107	1	0.053	2	0.107	2	0.107	2	0.107	1	0.053	2	0.107	1	0.053	2	0.107
16. Sumber daya yang dibutuhkan cukup tersedia	0.035	1	0.035	3	0.107	1	0.305	2	0.071	1	0.035	1	0.035	1	0.035	3	0.107	2	0.071
17. Seluruh bidang berkontribusi aktif	0.035	2	0.071	2	0.071	2	0.071	2	0.071	1	0.035	1	0.035	1	0.035	1	0.035	2	0.071

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi																	
		STRA 1		STRA 2		STRA 3		STRA 4		STRA 5		STRA 6		STRA 7		STRA 8		STRA 9	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Weakness</b>																			
1. Kapasitas produksi cukup terbatas	0.053	3	0.160	3	0.160	4	0.214	4	0.214	2	0.107	3	0.160	2	0.107	3	0.160	2	0.107
2. Tidak melakukan promosi	0.053	1	0.053	1	0.053	3	0.160	1	0.053	2	0.107	3	0.160	1	0.053	3	0.160	1	0.053
3. Sarana dan prasarana masih semi modern	0.035	1	0.035	4	0.142	2	0.071	2	0.071	1	0.035	3	0.107	3	0.107	3	0.107	2	0.071
4. Quality control dari output produk masih dengan cara tradisional	0.053	2	0.107	4	0.214	3	0.160	1	0.053	1	0.053	2	0.107	2	0.107	1	0.053	2	0.107
5. Permodalan cukup terbatas	0.035	2	0.071	2	0.071	3	0.107	2	0.071	2	0.071	3	0.107	2	0.071	3	0.107	2	0.071
6. Sistem pengelolaan keuangan dengan cara semi modern	0.035	2	0.071	1	0.071	2	0.071	1	0.035	1	0.035	1	0.035	1	0.035	2	0.071	1	0.035
<b>Opportunities</b>																			
1. Meningkatnya industri agribisnis di Indonesia	0.064	3	0.193	4	0.258	4	0.258	4	0.258	3	0.193	2	0.129	3	0.193	1	0.064	3	0.193
2. Mengetahui dan memenuhi syarat legalitas dalam menjalani bisnis serai wangi	0.096	1	0.096	1	0.096	3	0.290	2	0.193	1	0.096	1	0.096	1	0.096	1	0.096	2	0.193
3. Program pengembangan agribisnis dari pemerintah	0.064	3	0.193	3	0.193	3	0.193	4	0.258	3	0.193	2	0.129	2	0.129	2	0.129	3	0.193
4. Adat dan budaya lingkungan sekitar cukup mendukung	0.064	4	0.258	1	0.064	2	0.129	3	0.193	2	0.129	1	0.064	1	0.064	1	0.064	2	0.129
5. Melakukan kegiatan bermitra bisnis dengan pihak lain	0.064	2	0.129	3	0.193	4	0.258	3	0.193	3	0.193	3	0.193	3	0.193	3	0.193	4	0.258
6. Gaya hidup masyarakat sekitar memiliki etose kerja cukup tinggi	0.096	3	0.290	2	0.193	2	0.193	1	0.096	2	0.193	1	0.096	1	0.096	1	0.096	2	0.193

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi																	
		STRA 1		STRA 2		STRA 3		STRA 4		STRA 5		STRA 6		STRA 7		STRA 8		STRA 9	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Threats</b>																			
1. Mengalami kenaikan tingkat suku bunga	0.096	1	0.096	1	0.096	2	0.193	1	0.096	1	0.096	3	0.290	2	0.193	2	0.193	1	0.096
2. Teknologi yang digunakan semi modern	0.064	2	0.129	3	0.193	3	0.193	2	0.129	3	0.193	3	0.193	2	0.129	3	0.193	2	0.129
3. Pebisnis dari Cina yang berbisnis	0.064	4	0.258	4	0.258	3	0.193	3	0.193	2	0.129	2	0.129	2	0.129	1	0.064	2	0.129
4. Barang substitusi mudah didapatkan	0.096	2	0.193	3	0.290	1	0.096	2	0.193	2	0.193	1	0.096	3	0.290	2	0.193	2	0.193
5. Harga barang substitusi cukup murah	0.064	1	0.064	3	0.193	1	0.064	2	0.129	1	0.064	3	0.193	2	0.129	2	0.129	2	0.129
6. Peralatan yang tersedia masih tradisional	0.096	2	0.193	3	0.290	3	0.290	2	0.193	2	0.193	3	0.290	2	0.193	3	0.290	2	0.193
7. Kompetitor memiliki kapasitas produksi cukup banyak	0.064	3	0.193	4	0.258	4	0.258	4	0.258	2	0.129	2	0.129	1	0.064	2	0.129	3	0.193
<b>TOTAL</b>																			
			4.665		4.901		5.022		4.654		3.821		4.085		3.920		4.034		4.528

Gambar 6. QSPM Matrix penelitian

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Hasil dari perhitungan matriks QSPM tersebut kemudian total TAS masing-masing strategi diurutkan dari yang terbesar hingga terkecil untuk menentukan strategi utama yang dapat digunakan pada CV. Sanggabuana Cipta Aroma dalam mengembangkan bisnis serai wangi. Adapun hasil urutan strategi yang memiliki total perhitungan TAS dari terbesar hingga terkecil yaitu perusahaan harus membuka luas program kemitraan bisnis dengan pihak lain.

### 5.1 Saran

Saran praktis pada penelitian ini ditunjukkan untuk perusahaan dan pemerintah diantaranya :

1. Pemerintah daerah dan pemerintah pusat dapat memberikan akses pemberdayaan, penguatan regulasi untuk kepastian, kemudahan dan pengembangan bisnis di bidang perkebunan atau pertanian secara langsung, melakukan publikasi seluas-luasnya mengenai kemajuan agribisnis di Indonesia dan melakukan realisasi dari program pemerintah untuk kemajuan agribisnis Indonesia secara komprehensif.
2. Perusahaan seharusnya menggunakan teknologi atau peralatan yang canggih dalam proses bekerja , karena ketika peneliti meninjau lokasi produksi milik perusahaan minimnya teknologi atau peralatan yang canggih dalam membantu proses kerja para karyawan. Diharapkan dengan menggunakan teknologi tersebut dapat mempermudah proses kerja para pegawai, menghemat waktu dan tenaga, dan mampu meningkatkan kapasitas produksi

Saran akademis ini ditunjukkan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, sebagai berikut

1. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan menggunakan objek yaitu CV. Sanggabuana Cipta Aroma yang membahas mengenai perkembangan bisnis serai wangi perusahaan berlokasi di Sukabumi Jawa Barat, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan objek yang lain dan pembahasan yang berbeda.

## 6. Daftar Pustaka

- [1] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- [2] David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- [3] David, Meredith E., David, Forest R., David , Fred R. (2009). *The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Applied To A Retail Computer Store*. Spring, 8(1), 42 – 52. Retrieved from *The Coastal Business Journal*.
- [4] Saghaei, Maryam., Fazayeli, Leila., dan Shojaei, Mohammad Reza. (2012). *Strategic Planning for A Lubricant Manufacturing Company Using SWOT Analysis, QSPM Model (One of The Top Companies of Iranian Oil, Gas and Petrochemical Products Exporters' Association)*. Australian Journal of Business and Management Research, 1 (10), 18-24. Retrieved from Australian Journal of Business and Management - Open Access Journals.
- [5] Umar, Husein. (2001). *Strategic Management in Action: Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen-Hunger*. Gramedia Pustaka Utama. (1st ed). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [6] Hamid, Edy Suandi dan Y. Sri Susilo. (2011). *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta : Jurnal Ekonomi Pembangunan.
- [7] Kurniawan, Demara Bijak (2017). Analisis model pengembangan bisnis dengan menggunakan QSPM pada organisasi HIPMI PT UNIVERSITAS TELKOM (Penelitian Terdahulu). Bandung : [openlibrary.telkomuniversity.co.id](http://openlibrary.telkomuniversity.co.id)
- [8] Zulkarnain, Arif., Wahyuningtias, Dianka dan Putranto Trias S. (2017). *Analysiss of IFE, EFE and QSPM Matrix on Business Development Strategy*. Medan : binus.co.id