

ABSTRAK

Pergeseran gaya hidup masyarakat menjadi gaya hidup sehat akibat adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan permintaan terhadap produk pertanian khususnya sayuran naik. Namun Sangkuriang Farm sebagai salahsatu pelaku bisnis dalam industri pangan khususnya dalam bidang pertanian yang seharusnya mendapat penambahan volume penjualan malah mengalami penurunan volume penjualan.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal, kondisi lingkungan internal, serta mengetahui alternatif strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan Sangkuriang Farm untuk dapat menanggapi, memulihkan dan memperbaharui strategi Sangkuriang Farm dalam masa pandemi Covid-19.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang dilakukan melalui wawancara, dan observasi. Sedangkan, data sekunder didapatkan melalui studi pustaka, buku, jurnal, serta data internal perusahaan. Sampel pada penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah narasumber sebanyak tujuh orang narasumber dan validitas data yang digunakan yaitu teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT dan QSPM berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal Sangkuriang Farm.

Hasil dari penelitian ini menghasilkan skor matriks IFE sebesar 3,03 dan skor matriks EFE sebesar 3,20, yang menghasilkan matriks IE Sangkuriang Farm berada pada sel I dan strategi yang disarankan berdasarkan matriks IE adalah strategi tumbuh dan membangun. Martiks SWOT pada penelitian ini dibagi menjadi tiga fase pandemi yaitu *respond*, *recovery* dan *renew*. Pada fase *respond* berdasarkan matriks SWOT, Sangkuriang Farm memiliki 6 alternatif strategi yang terdiri atas 2 strategi SO, 1 strategi Wo, 2 strategi ST, dan 1 strategi WT. Pada fase *recovery*, Sangkuriang Farm memiliki 10 alternatif strategi yang terdiri atas 3 strategi SO, 4 strategi Wo, 2 strategi ST, dan 1 strategi WT. Dan pada fase *renew*, Sangkuriang Farm memiliki 6 alternatif strategi yang terdiri atas 3 strategi SO, 2 strategi WO dan 1 strategi ST. Analisis visi, misi dan tujuan Sangkuriang Farm dilakukan dengan menggunakan uji normatif visi, uji normative misi dan uji normatif tujuan yang menyimpulkan bahwa visi, misi serta tujuan yang diusung oleh Sangkuriang Farm merupakan visi, misi dan tujuan yang efektif.

Berdasarkan hasil analisis matriks QSPM didapatkan strategi yang menjadi rekomendasi utama bagi Sangkuriang Farm dalam fase *respond*, *recovery* dan *renew*. Pada fase *respond* perusahaan terhadap pandemi, strategi utama bagi Sangkuriang Farm adalah menjadi vendor pemasok sayuran untuk bantuan sosial pemerintah selama pandemi Covid-19 dengan skor daya tarik total sebesar 4,18. Pada fase *recovery* Sangkuriang Farm akibat pandemi Covid-19, strategi utama bagi Sangkuriang Farm adalah dengan melakukan ekspansi pasar ke supermarket/ritel lain dengan skor daya tarik total sebesar 5,31. Pada fase *renew* pasca-pandemi, strategi utama bagi Sangkuriang Farm adalah dengan melakukan

ekspansi pasar ke segmen hotel, restoran dan kafe (HoReKa) dengan skor daya tarik total sebesar 4,89.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM