

**ANALISIS STRATEGI BISNIS DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA  
TANAMAN HIAS DI DESA BANYUMULEK KECAMATAN KEDIRI  
KABUPATEN LOMBOK BARAT**

***ANALYSIS OF BUSINESS STRATEGY IN EFFORT FOR DEVELOPING  
ORNAMENTAL PLANT BUSINESS IN BANYUMULEK VILLAGE, KEDIRI  
DISTRICT, WEST LOMBOK DISTRICT***

**Pauzul Kurniawan<sup>1\*</sup>, Sri Supartiningsih<sup>2</sup>, I Ketut Budastra<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Jalan Majapahit 62 Mataram, NTB  
Indonesia

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Jalan Majapahit 62 Mataram, NTB  
Indonesia

\*Email : pauzulkn@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha tanaman hias di Desa Banyumulek, (2) mengetahui strategi yang paling sesuai dengan pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek, dan (3) mengetahui pendapatan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis pada penelitian ini adalah Usaha tanaman hias di Desa Banyumulek. Sampel penelitian diambil secara sensus dan accidental sampling. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis pendapatan dan analisis SWOT.

Hasil dari penelitian ini adalah Faktor lingkungan internal yang memiliki pengaruh sekaligus menjadi kekuatan utama bagi pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat adalah lokasi usaha yang strategis dengan nilai skor tertinggi sebesar 0,38 dan ancaman utama adalah kurang gencarnya aktivitas promosi dengan nilai skor 0,20. Faktor eksternal yang memiliki pengaruh sekaligus menjadi peluang utama bagi pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat adalah kemitraan pihak lain dengan nilai skor 0,45, sedangkan ancaman utama adalah loyalitas konsumen yang kurang dengan nilai skor 0,30.

Dengan analisis diagram SWOT diperoleh titik koordinat (0,91;1,15) yang mana koordinat ini berada pada kuadran I yaitu strategi agresif. Strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengusaha tanaman hias, sehingga alternatif strategi yang paling sesuai dalam pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek dan menjadi prioritas strategi adalah melakukan pengembangan produk dengan nilai STAS sebesar 6,00.

Dari analisis biaya diketahui bahwa total biaya yang dibutuhkan dalam usahatani tanaman hias sebesar Rp. 27.491.863, sedangkan total penerimaan usahatani tanaman hias adalah sebesar Rp. 61.430.714, sehingga dapat diketahui pendapatan pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek sebesar Rp. 33.938.851. jika dirata-ratakan pendapatan pengusaha usaha budidaya tanaman hias perbulannya sebesar Rp. 2.828.238/bulan.

**Kata Kunci Strategi Bisnis, Pengembangan Usaha, Tanaman Hias**

**ABSTRACT**

This study aims to (1) determine the internal and external environmental factors that affect the ornamental plant business in Banyumulek Village, (2) determine the most suitable strategy for the development of ornamental plant business in Banyumulek Village, and (3) determine the income of ornamental plant business in Banyumulek Village. This research method is descriptive method. The unit of analysis in this study is the ornamental plant business in Banyumulek Village. The research sample was taken by census and accidental sampling. The types of data in this study are qualitative and quantitative data. The data sources used are primary and secondary data. The data analysis used is income analysis and SWOT analysis.

The results of this study are internal environmental factors that have influence as well as being the main strength for ornamental plant entrepreneurs in Banyumulek Village, Kediri District, West Lombok Regency, is a strategic business location with the highest score of 0.38 and the main threat is the lack of

incessant promotional activities with a value score 0.20. External factors that have influence as well as become the main opportunity for ornamental plant entrepreneurs in Banyumulek Village, Kexamatan Kediri, West Lombok Regency are partnerships with other parties with a score of 0.45, while the main threat is lack of consumer loyalty with a score of 0.30.

By analyzing the SWOT diagram, the coordinates (0.91; 1.15) are obtained which are in quadrant 1, namely aggressive strategy. This strategy shows a very favorable situation for ornamental plant entrepreneurs, so that the most suitable alternative strategy in developing an ornamental plant business in Banyumulek Village and becomes a strategic priority is to develop products with a STAS value of 6.00.

From the cost analysis it is known that the total cost required in ornamental plant farming is Rp. 27,491,863, while the total income of ornamental plant farming is Rp. 61,430,714, so it can be seen that the income of ornamental plant entrepreneurs in Banyumulek Village is Rp. 33,938,851. if the average monthly income of ornamental plant cultivation entrepreneurs is Rp. 2,828,238/month.

**Keywords:** *Business Strategy, Business Development, Ornamental Plants*

## PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris yang beriklim tropis memiliki kekayaan flora yang beranekaragam. Kekayaan flora didukung oleh kondisi agroklimat yang memungkinkan tanaman tumbuh dengan baik termasuk bunga dan tanaman hias. Tidak semua daerah cocok untuk semua jenis tanaman hias sehingga hanya jenis tanaman hias tertentu yang diusahakan pada daerah-daerah yang memiliki keadaan iklim dan lingkungan yang sesuai dengan syarat tumbuh tanaman hias.

Sentra produksi tanaman hias di Nusa Tenggara Barat berada di Kabupaten Lombok Barat dan Kota Mataram. Berdasarkan tanaman hias yang dikumpulkan dalam kegiatan statistik pertanian hortikultura Provinsi Nusa Tenggara barat 2018 terdiri dari 22 jenis tanaman di Nusa Tenggara Barat, yaitu anggrek, anthurium bunga, anyelir, gerbera, gladiol, heliconia, krisan, mawar, sedap malam, melati, palem, aglaonema, adenium euphorbia, philodendron, pakis, monster, ixora, diffenbachia, sansevieria, anthurium daun, dan caladium. (Statistik Produksi Tanaman hortikultura NTB, 2019).

Desa Banyumulek merupakan salah satu Desa wisata yang terkenal dengan centra Gerabah selain sebagai Centra Gerabah Desa Banyumulek juga sebagai, sebagai salah satu sentra penghasil tanaman hias yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian petani dan masyarakat sekitar. Desa Banyumulek merupakan salah satu Desa wisata yang sering dikunjungi wisatawan untuk menikmati keindahannya, ditambah lagi dengan tanaman-tanaman hias yang menjadi daya tarik banyak pengunjung.

Seiring dengan banyaknya pembangunan-pembangunan dan perbaikan gedung-gedung Instansi, rumah subsidi, taman, jalan raya dan monument atau tugu, bisnis usaha tanaman hias di Desa Banyumulek ini harus mampu memenangi persaingan dan mencari strategi baru karena banyaknya muncul produsen baru yang menjadi pesaing.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian deskriptif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek. Dalam penelitian ini respondennya adalah pengusaha tanaman hias dan para konsumen. Untuk analisis data menggunakan analisis pendapatan dan analisis SWOT.

### **Analisis Pendapatan**

Analisis ini dilakukan dengan menghitung struktur biaya selama proses tanaman hias berlangsung. Perhitungan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Total biaya produksi (Rp)

TFC = Total biaya tetap (Rp)

TVC = Total biaya variabel (Rp)

Penerimaan adalah hasil kali antara harga jual dengan total produksi. Perhitungan penerimaan secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR : Penerimaan total (Rp)

P : Harga jual per unit (Rp)

Q : Jumlah produksi (Kg)

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya total produksi. Secara sistematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = TR - TC$$

Keterangan:

Y = Pendapatan usaha (Rp)

TR = Total penerimaan usaha (Rp)

TC = Total biaya usaha (Rp)

### **Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE**

Tahap dalam menganalisis faktor-faktor kunci matriks IFE dan EFE adalah Tahap yang pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Adapun matriks IFE disusun dengan langkah-langkah berikut :

1. Pada kolom pertama disusun kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan.
2. Pada kolom kedua diberi bobot terhadap masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), kemudian jumlah bobot untuk semua faktor kekuatan dan kelemahan harus sama dengan 1,0.
3. Nilai bobot diperoleh dari rata-rata masing pertanyaan dibagi dengan total rata-rata pertanyaan yang diberikan oleh responden.
4. Pada kolom ketiga diberi skala rating. Rating untuk masing-masing faktor kekuatan dan peluang bersifat positif (semakin besar diberi rating 4, tetapi semakin kecil diberi rating 1) sedangkan untuk rating kelemahan dan ancaman bersifat negatif ( semakin besar diberi rating 1, dan semakin kecil diberi rating 4).
5. Masing-masing besaran rating merupakan rata-rata dari penilaian yang diberikan oleh responden.
6. Pada kolom keempat diisi dengan nilai hasil perkalian bobot dan rating suatu faktor yang sama. Nilai hasil kali tersebut merupakan skor pembobotan dari faktor tersebut.
7. Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom keempat.

Tabel 3.1 Internal Faktor Evaluation (IFE)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Kekuatan</b>			
1.....			
2.....			
3.....			
<b>Kelemahan</b>			
1.....			
2.....			
3.....			
<b>Total</b>			

sumber : Ervina dkk (2021)

Adapun matriks EFE disusun dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Pada kolom pertama disusun peluang-peluang dan ancaman-ancaman.
- Pada kolom kedua diberi bobot terhadap masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), kemudian jumlah bobot untuk semua faktor peluang dan ancaman harus sama dengan 1,0.
- Nilai bobot diperoleh dari rata-rata masing pertanyaan dibagi dengan total rata-rata pertanyaan yang diberikan oleh responden.
- Pada kolom ketiga diberi skala rating. Rating untuk masing-masing faktor kekuatan dan peluang bersifat positif (semakin besar diberi rating 4, tetapi semakin kecil diberi rating 1) sedangkan untuk rating kelemahan dan ancaman bersifat negatif ( semakin besar diberi rating 1, dan semakin kecil diberi rating 4).
- Masing-masing besaran rating merupakan rata-rata dari penilaian yang diberikan oleh responden.
- Pada kolom keempat diisi dengan nilai hasil perkalian bobot dan rating suatu faktor yang sama. Nilai hasil kali tersebut merupakan skor pembobotan dari faktor tersebut.
- Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom keempat.

Tabel 3.2 Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Kekuatan</b>			
1.....			
2.....			
3.....			
<b>Kelemahan</b>			
1.....			
2.....			
3.....			
<b>Total</b>			

Sumber : Ervina dkk (2021)

### Analisis Matriks IE

Matriks IE merupakan hasil pemetaan dari matriks IFE dan EFE yang berisikan kombinasi total nilai bobot.

		Total Bobot Nilai IFE			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,99	
		3,0	2,0	1,0	
	4,0	I	II	III	Total Bobot Nilai EFE
Tinggi	3,0				
	3,0	IV	V	VI	
Menengah	2,0				
	2,0	VII	VIII	IX	
Rendah	1,0				
	1,0				

Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal

Sumber : Ervina dkk (2021)

Berdasarkan gambar matriks IE, total skor bobot IFE dalam matriks IE ditempatkan pada sumbu X dan total skor EFE pada sumbu Y. Pada sumbu X pada matriks IE yaitu total skor bobot IFE sebesar 1,0 hingga 1,99 menggambarkan posisi internal yang lemah, skor 2,0 hingga 2,99 merupakan pertimbangan rata-rata, dan 3,0 hingga 4,0 adalah kuat. Begitu pula dengan sumbu Y, total skor bobot EFE dari 1,0 hingga 1,99 adalah pertimbangan rendah, skor 2,0 hingga 2,99 adalah medium dan skor 3,0 hingga 4,0 adalah tinggi.

### Analisis Matriks SWOT

Analisis SWOT merupakan awal proses perumusan strategi dan menemukan kesesuaian antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal disamping memperhatikan ancaman eksternal dan kelemahan internal. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

1. Kekuatan (*Strengths*), yaitu keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani dan yang akan dilayani oleh perusahaan. Kekuatan merupakan kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi suatu Perusahaan.
2. Peluang (*opportunities*), yaitu situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Identifikasi segmen yang terbaik, perubahan pada situasi reguler, perubahan teknologi dapat memberikan peluang bagi perusahaan.
3. Kelemahan (*weakness*), yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam fasilitas, keterampilan, sumberdaya, keuangan, kapabilitas, dan manajemen yang secara serius menghambat kinerja aktif perusahaan.
4. Ancaman (*threats*), yaitu situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan yang merupakan gangguan utama bagi keadaan sekarang dan keadaan yang diinginkan di masa yang akan datang.

Analisis SWOT merupakan cara sistematis yang mengidentifikasi keempat faktor tersebut di atas dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara faktor-faktor tersebut. Empat strategi yang diterapkan adalah strategi SO, WO, ST, WT.

Matriks SWOT digunakan untuk melengkapi strategi yang belum tercakup dalam matriks IE.

	<b>STRENGTH (S)</b> Menentukan 5-10 faktor kelemahan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> Menentukan 5-10 kekuatan internal
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Menentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI SO</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATS (T)</b> Menentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengisi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah :

- Tentukan faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan.
- Tentukan faktor-faktor lingkungan internal perusahaan
- Sesuaikan kekuatan dengan peluang untuk mendapatkan strategi S-O.
- Sesuaikan kelemahan dengan peluang untuk mendapatkan strategi W-O.
- Sesuaikan kekuatan dengan ancaman untuk mendapatkan strategi S-T.
- Sesuaikan kelemahan dengan ancaman untuk mendapatkan strategi W-T.

#### **Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)**

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam QSPM adalah strategi-strategi alternatif, faktor-faktor kunci, bobot, AS (*Attractiveness Score*) = nilai daya tarik, TAS (*Total Attractiveness Score*) = total nilai daya tarik, dan STAS (*Sum Total Attractiveness Score*) = jumlah total nilai daya tarik. Langkah-langkah penggunaan matriks QSPM adalah sebagai berikut :

- Membuat daftar peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan di kolom kiri QSPM berdasarkan informasi langsung dari matriks IFE dan EFE.
- Memberi bobot pada setiap faktor internal dan eksternal kunci. Bobot tersebut sama dengan yang ada dimatriks IFE dan EFE. Bobot tersebut disajikan dalam kolom sebelah kanan kolom faktor-faktor keberhasilan kritis internal eksternal.
- Memeriksa matriks-matriks pencocokan ditahap kedua dan mengenali strategi alternatif yang harus dipertimbangkan perusahaan untuk diterapkan. Strategi-strategi tersebut dituliskan pada baris atas QSPM.
- Menentukan nilai AS yang didefinisikan sebagai angka yang menunjukkan daya relatif masing-masing strategi pada suatu rangkaian alternatif tertentu. nilai daya tarik ditentukan dengan memeriksa faktor internal atau eksternal satu per satu. Nilai daya tarik harus diberikan pada masing-masing strategi untuk menunjukkan daya tarik relatif suatu strategi terhadap yang lain, dengan mempertimbangkan faktor

tertentu. Cakupan nilai daya tarik adalah :1 = tidak menarik; 2 = agak menarik; 3 = wajar menarik dan 4 = sangat menarik. Jika jawaban atas pertanyaan adalah tidak, hal tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor kunci tidak memiliki pengaruh atas pilihan khusus yang dibuat. Garis (-) digunakan untuk menunjukkan bahwa faktor kunci tidak memiliki pengaruh atas pilihan khusus yang telah dibuat.

5. Menghitung TAS yang didefinisikan sebagai hasil perkalian bobot (langkah 2) dengan nilai dari daya tarik dimasing-masing baris (langkah 4). Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi alternatif, dengan hanya mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan krisis internal atau eksternal yang berdekatan. Semakin tinggi total nilai daya tarik, semakin menarik strategi alternatif tersebut.
6. Menghitung STAS dengan menjumlahkan masing-masing kolom strategi QSPM. Jumlah nilai daya tarik mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam masing-masing rangkaian alternatif. Semakin tinggi nilainya maka semakin menarik strategi tersebut dengan mempertimbangkan semua faktor kritis internal dan eksternal yang berkaitan yang dapat mempengaruhi keputusan strategis. Matriks QSP dapat dilihat pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3 *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)***

Faktor Kunci	Rata-rata	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang - -							
Ancaman - -							
Kekuatan - -							
Kelemahan - -							
Total							

Keterangan

AS : *Attractiveness Score*

TAS : *Total Attractiveness Score*

Sumber : Ervina dkk (2022)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Daerah Penelitian

Menurut BPS Kabupaten Lombok Barat (2021) Kabupaten Lombok barat adalah Kabupaten yang keberadaannya terletak antara 115° 49,12' 04"- 116° 20'15,62" Bujur timur dan 8° 24' 33,82"- 8° 55' 19" Lintang selatan. Dengan batas wilayah :

- Sebelah Barat : Selat Lombok dan Kota Mataram
- Sebelah Timur : Kabupaten Lombok Tengah
- Sebelah Selatan : Samudra Hindia
- Sebelah Utara : Kabupaten Lombok Utara

Luas wilayah Lombok Barat adalah 2.443,5 Km<sup>2</sup> terdiri atas daratan seluas 1.053,9 Km<sup>2</sup> dan lautan seluas 1.389,6 Km<sup>2</sup>. Luas daratan Kabupaten Lombok barat mencakup 5,23 persen dari luas daratan Provinsi Nusa Tenggara Barat. (BPS Lombok Barat 2021).

Desa Banyumulek sebagai lokasi penelitian terletak di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Kecamatan Kediri mempunyai luas wilayah 21,64 Km<sup>2</sup> (2,05%) dengan jumlah penduduk sekitar 63.490 jiwa. Sedangkan luas daerah Desa Banyumulek yaitu 1,33 Km<sup>2</sup>.

*Sumber : Data primer diolah 2021*

### Analisis Biaya

Tabel 4.6. Biaya Usahatani Tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat per tahun

No	Jenis Biaya	Rata-rata (Rp)
1.	Biaya Tetap	
	a. Penyusutan alat	764.077
	b. Pajak lahan	13.500
	Total biaya tetap	777.577
2.	c. Biaya Variabel	
	- Bibit	9.363.286
	- Pupuk	342.500
	- Pestisida	142.500
	- Sekam	1.486.643
	- Polibek	3.135.714
	- Tenaga Kerja	12.257.143
	Total Biaya variabel	26.727.786
	Total Biaya	27.505.363

*Sumber: Data Primer Diolah Tahun (2022)*

Berdasarkan tabel 4.6. menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dalam memproduksi tanaman hias meliputi biaya tetap yang terdiri dari penyusutan alat sebesar Rp. 764.077 dan pajak lahan sebesar Rp.13.500 sehingga diketahui total biaya tetap sebesar Rp. 777.577. Adapun peralatan yang digunakan pengusaha tanaman hias dalam proses produksi terdiri dari cangkul, sekop, gunting, selang, dan paranet jejaring.



Biaya variabel sebesar Rp. 26.727.786. terdiri dari bibit sebesar Rp. 9.363.286, pupuk sebesar Rp. 342.500, pestisida sebesar Rp. 142.500, sekam sebesar Rp. 1.486.643, polibek sebesar Rp. 3.135.714, dan tenaga kerja sebesar Rp. 12.257.143. jadi total biaya usahatani tanaman hias diketahui sebesar Rp. 27.505.363 per tahun.

### Penerimaan

Tabel 4.7. Penerimaan usahatani tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat per tahun

Tanaman Hias	Penjualan (Unit)	Harga Jual(Rp/Unit)	Penerimaan
Mawar	1.079	8.679	9.354.571
Anggrek	59	184.286	10.782.143
Aglonema	88	73.571	6.437.500
Krisan	543	28.571	15.571.429
Melati	201	9.857	1.980.714
Pucuk Merah	201	7.107	1.429.643
Anthurium	273	32.679	8.959.643
Panca Warna	201	34.421	6.916.071
<b>Total Penerimaan</b>			<b>61.430.714</b>

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.7. dapat dilihat total penerimaan pengusaha tanaman hias per tahunnya sebesar Rp. 61.430.714. penerimaan ini terdiri dari penjualan terbanyak yaitu tanaman hias jenis mawar sebesar Rp. 9.354.571 dengan jumlah produksi sebanyak 1.079 unit per tahun dan kisaran harga Rp. 8.500-9.000 sehingga dirata-ratakan menjadi Rp. 8.679. penjualan paling sedikit yaitu tanaman hias jenis anggrek dengan jumlah yang terjual sebanyak 59 unit per tahun dan harga sebesar Rp. 184.286, sehingga didapat total penerimaan tanaman hias jenis anggrek yaitu sebesar Rp. 10.782.143.

### Pendapatan Usaha

Tabel 4.8. Pendapatan usahatani tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat per tahun

No	Keterangan	Harga (Rp)	penjualan (Kg)	Jumlah (Rp)
1.	Penerimaan			
	a. mawar	8.679	1.079	9.354.571
	b. anggrek	184.286	59	10.782.143
	c. aglonema	73.571	88	6.437.500
	d. krisan	28.571	534	15.571.429
	e. melati	9.857	201	1.980.714
	f. pucuk merah	7.107	201	1.429.643
	g. anthurium	32.679	273	8.959.643
	h. panca warna	34.421	201	6.916.071
	<b>Total Penerimaan (TR)</b>			<b>61.430.714</b>
2	Biaya Usahatani			
	i. Biaya Tetap			
	- Penyusutan			764.077
	- Pajak lahan			13.500
	j. Biaya Variabel			
	- Bibit			9.363.286
	- pupuk			342.500
	- pestisida			142.500

	- sekam			1.486.643
	- polibek			3.135.714
	- tenaga kerja			12.257.143
	<b>Total Biaya (TC)</b>			<b>27.505.363</b>
	<b>Pendapatan (I) = TR-TC</b>			<b>33.925.351</b>

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Dari table 4.8. diatas dapat dilihat total penerimaan dari kegiatan usahatani tanaman hias pertahunnya sebesar Rp. 61.430.714. sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha tanaman hias pertahunnya sebesar Rp. 27.505.363 jadi total pendapatan yang diperoleh oleh pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat sebesar Rp. 33.925.351. jika dirata-ratakan maka total pendapatan yang diperoleh pengusaha dari kegiatan budidaya tanaman hias perblannya adalah sebesar Rp. 2.827.112/bulan.

#### **Analisis Faktor Internal (IFE) dan Eksternal (EFE)**

##### **Analisis Matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*)**

Berdasarkan hasil analisis data kuisisioner yang dijawab oleh responden, maka penilaian responden terhadap faktor internal dalam usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dirangkum dalam matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*) yang dapat dilihat pada table 4.9. berikut:

Tabel 4.9. Matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*)

No	Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (S)</b>				
1	Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik	0,10	3,56	0,37
2	Optimisme pelaku bisnis bahwa bisnis tanaman hias memiliki prospek yang baik	0,10	3,62	0,36
3	Lokasi usaha yang strategis	0,10	3,74	0,38
4	Pengawasan produk yang baik	0,06	3,41	0,20
5	Bibit tanaman hias yang berkualitas	0,07	3,65	0,27
6	Keragaman produk	0,08	3,32	0,25
<b>Jumlah</b>		<b>0,51</b>		<b>1,84</b>
<b>Kelemahan (W)</b>				
1	Terbatasnya luas lahan untuk bisnis tanaman hias	0,08	1,26	0,10
2	Kurangnya keterampilan dalam menejeman bisnis	0,10	2,00	0,20
3	Aktivitas promosi kurang gencar	0,10	2,26	0,22
4	Akses terhadap modal bisnis terbatas	0,07	1,38	0,10
5	Pemasaran tanaman hias belum keluar dari pulau Lombok	0,06	2,15	0,13
6	Penerapan harga produk yang tidak menentu	0,08	2,29	0,18
<b>Jumlah</b>		<b>0,49</b>		<b>0,93</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>1,00</b>		<b>2,77</b>

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan hasil dari skor untuk masing-masing faktor internal pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat menjadikan lokasi yang strategis sebagai kekuatan utama, dengan skor tertinggi yaitu

0,38 dan faktor dengan nilai skor terkecil adalah pengawasan produk yang baik sebesar 0,20.

Faktor kelemahan dengan nilai skor terbesar adalah aktivitas promosi kurang gencar sebesar 0,22 dengan rating 2,26. Besarnya jumlah skor menunjukkan bahwa faktor-faktor internal memiliki pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan dibandingkan faktor-faktor internal lainnya. Hasil akhir analisis matriks IFE untuk faktor internal diperoleh nilai skor kekuatan sebesar 1,84 dan kelemahan sebesar 0,93. Hal ini menunjukkan responden memberikan respon yang tinggi pada kekuatan dan respon yang kecil untuk kelemahan. Untuk nilai total skor faktor strategis internal sebesar 2,77, artinya bahwa kekuatan yang dimiliki oleh pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dapat di gunakan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada, karena faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan faktor kelemahan.

#### **Analisis Matriks EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*)**

Berdasarkan hasil *analisis* data kuisioner yang dijawab oleh responden terhadap faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihadapi dalam pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dapat dilihat pada table 4.10. sebagai berikut :

Tabel 4.10. Matriks EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*)

No	Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (O)</b>				
1	Tanaman hias merupakan bahan yang dibutuhkan untuk memperindah lingkungan	0,11	3,44	0,38
2	Pemanfaatan media internet sebagai media promosi	0,12	3,38	0,40
3	kemitraan pihak lain	0,12	3,59	0,45
4	Perkembangan teknologi pesan antar melalui online	0,09	3,18	0,28
5	pasar lokal terbuka lebar	0,07	3,29	0,22
6	kekuatan tawar menawar konsumen	0,12	3,44	0,41
Jumlah		0,63		2,15
<b>Ancaman (T)</b>				
1	Keberadaan produk substitusi	0,06	2,44	0,15
2	Potensi pesaing baru	0,06	3,24	0,19
3	Loyalitas konsumen yang kurang	0,10	2,91	0,30
4	Persaingan antara perusahaan sejenis	0,06	2,47	0,14
5	Kekuatan tawar menawar pemasok	0,09	2,35	0,22
Jumlah		0,37		1,00
Total Faktor Eksternal		1,00		3,15

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan hasil dari analisis terhadap faktor-faktor eksternal pada table 4.7, faktor peluang yang yang memiliki nilai skor tertinggi adalah kemitraan pihak lain sebesar 0,45 dengan rating 3,59. Faktor kemitraan pihak lain ini menjadi peluang yang paling besar pengaruhnya untuk mengatasi berbagai ancaman yang muncul dan

mengganggu perkembangan perusahaan. Faktor yang menjadi ancaman terbesar bagi perusahaan adalah loyalitas konsumen yang kurang dengan nilai skor sebesar 0,30.

Berdasarkan hasil akhir analisis matriks EFE di peroleh nilai total dari peluang sebesar 2,15 dan nilai total dari ancaman sebesar 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respon yang lebih tinggi terhadap peluang dibanding dengan ancaman. Untuk nilai total skor dari faktor eksternal adalah sebesar 3,15, menunjukkan bahwa usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat masih menduduki posisi yang strategis untuk terus dikembangkan karena faktor-faktor peluang lebih dominan daripada faktor ancaman.

### Posisi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis matriks IFE dan EFE di peroleh total nilai skor sebesar 2,77 untuk faktor internal dan 3,15 untuk faktor eksternal. Hasil total skor digabungkan dengan menempatkan total skor IFE pada sumbu X dan total skor EFE pada sumbu Y, sehingga posisi perusahaan dapat dilihat pada gambar 4.1. sebagai berikut :

		Total Bobot Nilai IFE				
		Kuat	Rata-rata	Lemah		
		3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,99		
		4,0	3,0	2,0	1,0	
Tinggi	I	II	III	Total Bobot Nilai EFE		
	Tumbuh/kembangkan	Tumbuh/kembangkan	Pertahankan			
	3,0					
Menengah	IV	V	VI			
	Tumbuh/kembangkan	Pertahankan/pelihara	Penciptaan			
2,0						
Rendah	VII	VIII	IX			
	Pertahankan/pelihara	Divestasi	Likuidasi			
1,0						

Gambar 4.1. Hasil Matriks Internal-Eksternal

Berdasarkan hasil pemetaan pada gambar 4.1, posisi perusahaan berada pada sel II, yaitu tumbuh/kembangkan. Strategi yang dapat dikembangkan yaitu strategi intensif, seperti : 1) strategi penerobosan pasar, yaitu usaha untuk meningkatkan pangsa pasar bagi produk tanaman hias melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar, 2) Strategi pengemangan pasar, yaitu memperkenalkan produk tanaman hias ke wilayah yang secara geografis merupakan wilayah baru, 3) Strategi pengembangan Produk, yaitu strategi yang berusaha agar perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan cara memodifikasi produk yang ada.

### Alternatif Strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang disajikan pada lampiran 18, diperoleh 10 alternatif strategi, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Strategi *Strenth-Opportunities* (SO)

Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal dalam memanfaatkan peluang eksternal yang ada dalam upaya mengembangkan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Alternatif strategi yang dihasilkan antara lain :

- a. Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas dari suatu produk yang ditawarkan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan karena konsumen menjadikan kualitas sebagai suatu indikator penting dalam melakukan pembelian. tidak hanya pedagang saja yang dirugikan jika produk yang ditawarkan tidak berkualitas, calon konsumen juga akan dirugikan. Konsumen tanaman hias pada umumnya berasal dari golongan ekonomi menengah atas. Pada level ini, konsumen sudah peka terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, untuk menghindari kerugian yang lebih besar dan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen, penetapan kualitas tanaman yang dijual mutlak dilakukan.
  - b. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Di era digital yang semakin maju seperti sekarang ini masyarakat sudah mampu memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan banyak informasi penting untuk keperluan pribadi seperti pakaian, makanan, minuman, kesehatan, destinasi wisata, transaksi jual beli dan banyak lagi. Oleh karena itu, jika pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dilakukan secara optimal maka masyarakat luas dengan cepat akan mengenal dan mengetahui tentang tanaman hias.
2. Strategi *Strengths-Threats* (ST)
- Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau meminimal dampak ancaman eksternal dalam pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Beberapa alternatif strategi yang dihasilkan adalah :
- a. Membuat ciri khas pada produk. Produk yang mempunyai ciri khas atau karakteristik akan mudah dikenali oleh konsumen dan tidak mudah ditiru oleh pesaing baru. Baik ciri khas atau karakteristik dari tempat atau media tanam seperti pot, varian tanaman hias.
  - b. Menjalin hubungan yang baik dalam perusahaan dan juga konsumen. Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen merupakan kunci keberhasilan perusahaan. Tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, hal ini juga akan membantu perusahaan mengevaluasi dan mengembangkan bisnis tanaman hias. Konsumen akan ikut memberikan saran yang membangun karena para konsumen telah percaya dengan perusahaan.
3. Strategi *Weakness-opportunities* (WO)
- Strategi W-O merupakan strategi yang bertujuan mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal dalam pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Beberapa alternatif strategi yang dihasilkan antara lain :
- a. Menambah tenaga kerja yang ahli dalam bidang manajemen bisnis. Manajemen bisnis adalah mengelola dan mengkoordinasikan seluruh aktifitas dalam perusahaan. Dengan adanya tenaga kerja yang ahli dalam bidang tersebut dapat memberikan manfaat bagi perusahaan seperti membantu dalam menyusun strategi, membantu dalam mengalokasikan sumberdaya dan waktu, membantu meningkatkan kesadaran tentang adanya ancaman, membantu meningkatkan kinerja dalam berbisnis, membantu dalam menyusun target dan membantu dalam mempertahankan bisnis.
  - b. Penggunaan kemajuan teknologi. Di era modern ini kemajuan teknologi banyak dimanfaatkan juga dalam bidang bisnis baik dalam produksi maupun dalam pemasaran. Kemajuan teknologi hendaknya digunakan untuk membawa efisiensi dan produktifitas yang tinggi bagi perusahaan. Selain itu, penggunaan kemajuan teknologi juga harus sesuai dengan sumberdaya manusia yang dimiliki oleh

perusahaan, artinya bahwa teknologi yang digunakan oleh perusahaan dapat dioperasikan dengan baik oleh pengusaha ataupun tenaga kerja.

- c. Menetapkan harga jual yang fleksibel dan tidak hanya memikirkan keuntungan. Harga jual suatu produk ditetapkan berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang ditawarkan hingga bisa sampai kekonsumen. Tidak adanya standar harga tanaman hias membuat persaingan harga semakin tinggi. Konsumen menjadikan harga sebagai salah satu indikator dalam pembelian produk, sehingga untuk produk yang sama berdampak pada rendahnya tingkat penjualan sehingga produk yang ditawarkan akan lebih lama terjual dan dibutuhkan biaya tambahan untuk perawatan lebih lanjut. Agar bisa menarik konsumen dan menjadikan tanaman hias memiliki harga lebih tinggi maka perlu dilakukan hal seperti membuat brand, membaca tren atau bahkan menciptakan tren, menguasai teknologi, dan membuat produk yang berkualitas.

#### 4. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

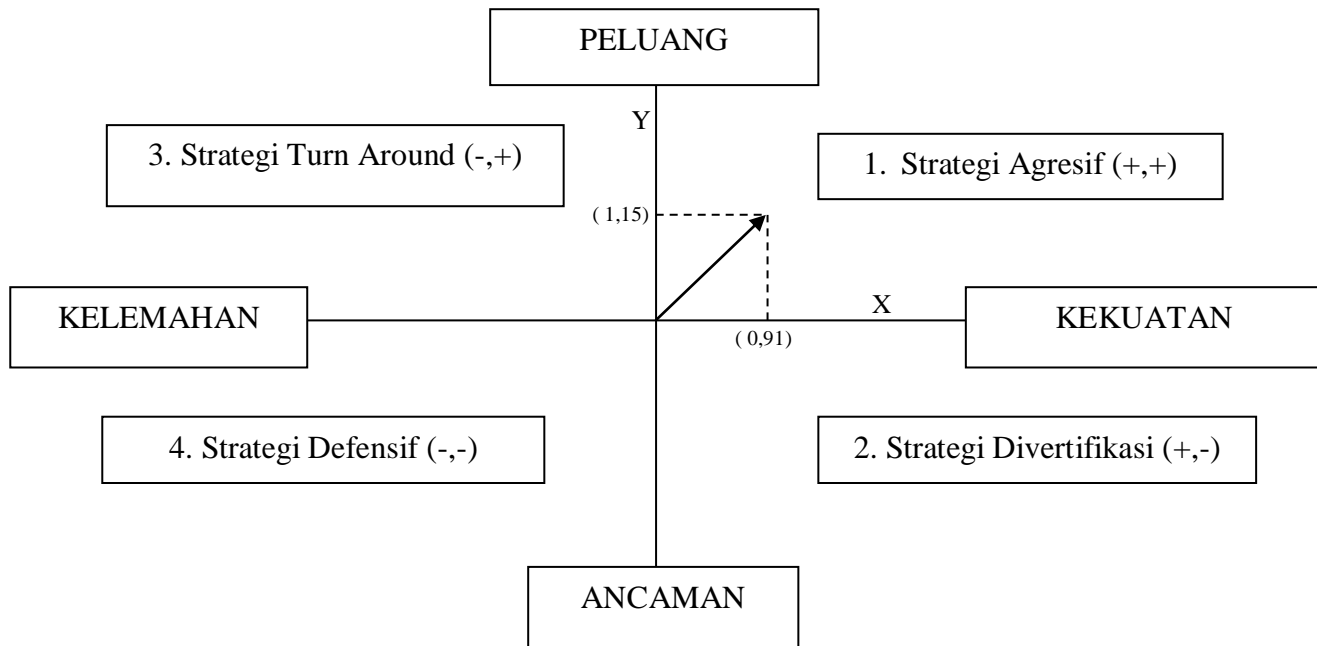
Strategi W-T adalah strategi yang mengatasi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal dalam pengembangan usaha tanaman hias. Adapun alternatif strategi yang dihasilkan adalah :

- a. Melakukan pengembangan produk. Semakin meningkatnya persaingan dan banyaknya produsen baru yang menggeluti bisnis tanaman hias memaksa pelaku kegiatan untuk bisa bertahan dan bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Untuk itu pengembangan produk harus dilakukan seiring dengan kemajuan teknologi dan selera konsumen tanaman hias yang tidak menentu, karena dengan melakukan pengembangan produk suatu perusahaan akan dapat menghasilkan produk baru, tren baru, dan kualitas yang lebih baik lagi sehingga dapat menarik konsumen dan dapat meningkatkan penjualan tanaman hias.
- b. Membuat link untuk promosi dan penjualan tanaman hias. Di era digital seperti sekarang ini, membuat link penjualan atau aplikasi sebagai media pemasaran dan promosi merupakan langkah yang strategis dikarenakan konsumen/pembeli hanya tinggal duduk diam di rumah, membuka link penjualan atau aplikasi tersebut dari *gadgetnya*, memesan tanaman hias sesuai yang diinginkan, membayar saat tanaman hias sampai di rumah konsumen.
- c. Meningkatkan kegiatan pameran dan promosi untuk memperluas jaringan pemasaran pada berbagai lapisan masyarakat sehingga dapat menambah pelanggan. Strategi ini harus dilakukan karena banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang tanaman hias, jika hal tersebut sudah dilakukan maka akan mempermudah dalam menawarkan atau memasarkan tanaman hias.

#### **Prioritas Strategi Perusahaan**

Berdasarkan dari penilaian faktor internal dan eksternal yang telah diketahui, maka akan dapat diketahui pula kondisi atau keadaan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dengan melakukan pengurangan antara jumlah kekuatan dan kelemahan pada sumbu (X), dan pengurangan antara jumlah peluang dan kelemahan sumbu (Y) maka nilai,  $X = (S-W) = 1,84-0,93=0,91$  dan nilai  $Y = (O-T) = 2,15-1,00 = 1,15$ .

Dengan demikian diperoleh angka pada kedua sumbu (X dan Y = 0,91 dan 1,15) yang bernilai positif pada kondisi dalam upaya pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2. Diagram analisis SWOT usaha tanaman hias

Hasil analisis data pada diagram analisis SWOT diperoleh titik koordinat (0,91;1,15) yang mana koordinat ini berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif. Strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengusaha tanaman hias. Upaya pengempangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat memiliki peluang dan kekuatan yang saling mendukung sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dengan cara menggunakan semua faktor kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Maka alternatif strategi pilihan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan, (strategi pengembangan produk)
2. Memanfaatkan media sosial sebagai media promosi (strategi penerobosan dan pengembangan pasar)
3. Penguasaan kemajuan teknologi (strategi pengembangan produk)
4. Melakukan pengembangan produk (strategi pengembangan produk).

Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi berupa pemilihan alternatif strategi terbaik. Pilihan prioritas alternatif strategi sesuai dengan total nilai daya tarik atau TAS (*Total Attractiveness Score*). Hasil dari analisis matriks QSP oleh para responden terhadap empat strategi pilihan yang tertera pada Lampiran 20 dapat dilihat pada tabel 4.11. sebagai berikut:

Tabel 4.11. Prioritas Strategi berdasarkan Matriks QSP pada Pengusaha Tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

Faktor-faktor kunci	Alternatif Strategi			
	Strategi I	Strategi II	Strategi III	Strategi IV
<b>Strength (Kekuatan)</b>				
1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik	0,36	0,35	0,35	0,37
2. Optimisme pelaku bisnis bahwa bisnis tanaman hias memiliki prospek yang baik	0,36	0,36	0,37	0,37
3. Lokasi usaha yang strategis	0,37	0,37	0,36	0,37
4. Pengawasan produk yang baik	0,20	0,21	0,21	0,21
5. Bibit tanaman hias yang berkualitas	0,26	0,26	0,27	0,27
6. Keragaman produk	0,27	0,27	0,28	0,28
<b>Weakness (Kelemahan)</b>				
1. Terbatasnya lahan untuk bisnis tanaman hias	0,10	0,10	0,11	0,13
2. Kurangnya keterampilan dalam manajemen bisnis	0,20	0,19	0,18	0,20
3. Aktivitas promosi kurang gencar	0,23	0,22	0,20	0,23
4. Akses terhadap modal bisnis terbatas	0,10	0,10	0,10	0,12
5. Pemasaran produk tanaman hias belum keluar dari pulau lombok	0,13	0,12	0,11	0,13
6. Penerapan harga produk yang tidak menentu	0,18	0,17	0,16	0,18
<b>Opportunity (Peluang)</b>				
1. Tanaman hias merupakan bahan yang dibutuhkan untuk memperindah lingkungan	0,38	0,39	0,39	0,41
2. Pemanfaatan media internet sebagai media promosi	0,41	0,42	0,41	0,43
3. Kemitraan pihak lain	0,43	0,43	0,42	0,42
4. Perkembangan teknologi pesan antar melalui online	0,29	0,29	0,30	0,32
5. Pasar Lokal terbuka lebar	0,23	0,23	0,24	0,25
6. Kekuatan tawar menawar konsumen	0,41	0,42	0,41	0,42
<b>Threats (Ancaman)</b>				
1. Keberadaan produk substitusi	0,15	0,14	0,12	0,13
2. Potensi pesaing baru	0,19	0,17	0,14	0,15
3. Loyalitas konsumen yang kurang	0,39	0,27	0,24	0,27
4. Persaingan antar perusahaan sejenis	0,15	0,13	0,11	0,12
5. Kekuatan tawar menawar pemasok	0,21	0,20	0,16	0,2
<b>Total (STAS)</b>	<b>5,99</b>	<b>5,81</b>	<b>5,64</b>	<b>6,00</b>

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022



Berdasarkan hasil dari matriks QSP pada table 4.8. Diketahui bahwa strategi terbaik dan tepat yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat adalah strategi IV, yaitu melakukan pengembangan produk dengan total nilai daya Tarik (STAS) sebesar 6,00. Selain strategi tersebut, strategi lain yang dapat dilakukan adalah strategi I, yaitu mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan dengan total nilai daya Tarik (STAS) sebesar 5,99. Strategi II, yaitu memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dengan total nilai daya Tarik (STAS) sebesar 5,81 dan strategi III, yaitu penggunaan kemajuan teknologi dengan total nilai daya Tarik (STAS) yang paling kecil dibanding strategi yang lain sebesar 5,64.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor lingkungan internal yang memiliki pengaruh sekaligus menjadi kekuatan utama bagi pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat adalah lokasi usaha yang strategis dengan nilai skor tertinggi sebesar 0,38 dan ancaman utama adalah kurang gencarnya aktivitas promosi dengan nilai skor 0,20. Faktor eksternal yang memiliki pengaruh sekaligus menjadi peluang utama bagi pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat adalah kemitraan pihak lain dengan nilai skor 0,45, sedangkan ancaman utama adalah loyalitas konsumen yang kurang dengan nilai skor 0,30.
2. Dengan analisis diagram SWOT diperoleh titik koordinat (0,91;1,15) yang mana koordinat ini berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif. Strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengusaha tanaman hias, sehingga alternative strategi yang paling sesuai dalam pengembangan usaha tanaman hias di Desa Banyumulek dan menjadi prioritas strategi adalah melakukan pengembangan produk dengan nilai STAS sebesar 6,00..
3. Dari analisis biaya diketahui bahwa total biaya yang dibutuhkan dalam usahatani tanaman hias sebesar Rp. 27.505.363, sedangkan total penerimaan usahatani tanaman hias adalah sebesar Rp. 61.430.714, sehingga dapat diketahui pendapatan pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek sebesar Rp. 33.925.351. jika dirata-ratakan pendapatan pengusaha usaha budidaya tanaman hias perbulannya sebesar Rp. 2.827.112/bulan.

### Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. Sebaiknya pengusaha tanaman hias di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat melakukan pengembangan produk untuk menghasilkan produk produk yang lebih indah dan mempunyai ciri khas sehingga dapat menarik minat beli dari konsumen.
2. Pihak pemerintah lebih intensif untuk melakukan sosialisasi tentang tren tanaman hias sehingga pengusaha tanaman hias tetap mendapatka informasi yang akurat dan juga memberikan pelatihan kepada pengusaha tanaman hias agar dapat mengembangkan prdoduk dengan metode-metode yang lebih baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Astuti, F. 2019. Analisis Pengembangan Usaha Tanaman Hias Dalam Upaya Meningkatkan kesejahteraan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam, Kelurahan Gunung Terang, Bandar Lampung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Negeri Raden Intan. Lampung.
- Ervina, dkk. 2021. *Manajemen Strategis*, Bandung: Media Sains Indonesia. Bandung.  
<http://www.hortikultura.pertanian.go.id>. Diakses 10 Juni 2020.  
<http://ntb.bps.go.id>. Diakses 10 Juni 2020  
<http://theis.binus.ac.id>. Diakses 15 Oktober 2021.
- Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI)*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.