

**Strategi Pengembangan Usaha Brokoli  
di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang  
(Studi Kasus di SOGA Farm Indonesia Kabupaten Magelang)**

**Arizqi Intan Pertiwi<sup>1\*</sup>, Didik Widiyantono<sup>2</sup>, Istiko Agus Wicaksono<sup>3</sup>**  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Purworejo  
Email: arizqintan@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi pengembangan usaha brokoli di SOGA Farm Indonesia, 2) Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha brokoli di SOGA Farm Indonesia, 3) Merumuskan alternatif strategi yang memungkinkan untuk diterapkan dalam pengembangan usaha di SOGA Farm Indonesia, 4) Menentukan prioritas strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha brokoli di SOGA Farm Indonesia.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian dengan metode pendekatan studi kasus (*case study*). Pengambilan sampel penelitian ditentukan dengan berdasarkan purposive sampling. Sampel penelitian ini adalah brokoli di SOGA Farm Indonesia. Sampel yang diambil 3 informan kunci 7 informan biasa.

Hasil perumusan prioritas strategi yang bisa diterapkan pada usaha brokoli di SOGA Farm Indonesia yaitu dengan 1) menambah legalitas memperluas jejaring dengan investor SOGA Farm Indonesia agar lebih banyak dikenal masyarakat 2) menjalin kerjasama dengan cara penerapan flat price dengan mitra yang lebih banyak, 3) meningkatkan pemasaran melalui media sosial marketing seperti *Facebook*, *LinkedIn*, dan *YouTube chanel* , 4) melakukan branding dalam membangun image perusahaan dan produk dari SOGA Farm Indonesia dengan media sosial yang dimiliki, 5) meningkatkan ketrampilan tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari dinas pertanian.

Kelima prioritas strategi ini diperoleh dari informan SOGA Farm Indonesia dan disesuaikan dengan kebutuhan yang saat ini perlu dilakukan.

**Kata Kunci:** *Brokoli, SOGA farm Indonesia, Strategi SWOT*

**ABSTRACT**

*This study aims to 1) Identify what internal factors are the strengths and weaknesses for the development of the broccoli business at SOGA Farm Indonesia, 2) Identify what external factors are the opportunities and threats for the broccoli*

*business development at SOGA Farm. Indonesia, 3) Formulate alternative strategies that are possible to be applied in business development at SOGA Farm Indonesia, 4) Determine the priority strategies that can be applied to develop the broccoli business at SOGA Farm Indonesia.*

*The basic method used in this research is qualitative research. The research used is descriptive qualitative research. Qualitative descriptive research is research with a case study approach. The research sample was determined based on purposive sampling. The sample of this research is broccoli at SOGA Farm Indonesia. Samples taken 3 key informants 7 ordinary informants.*

*The results of the formulation of strategic priorities that can be applied to the broccoli business at SOGA Farm Indonesia are by 1) increasing the legality of expanding the network with SOGA Farm Indonesia investors so that they are more widely known to the public 2) establishing cooperation by implementing flat prices with more partners, 3) increasing marketing through social media marketing such as Facebook, LinkedIn, and YouTube channels, 4) branding in building the company image and products of SOGA Farm Indonesia with its social media, 5) improving the skills of the workforce by sending workers to attend training from the agriculture office .*

*These five strategic priorities were obtained from SOGA Farm Indonesia informants and adapted to current needs.*

**Keywords:** *Broccoli, SOGA Farm Indonesia, SWOT Strategy*

## I. PENDAHULUAN

Akibat bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia dari tahun ketahun serta tidak diimbangi produksi pangan terutama pangan sayuran yang nantinya akan berdampak pada menurunnya tingkat kesehatan masyarakat (Arikunto, 2010). Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat mulai paham betul akan pentingnya kesehatan bagi diri mereka. Olahraga yang cukup dan banyak mengkonsumsi sayuran dapat meningkatkan kesehatan dan stamina tubuh. Sayuran merupakan salah satu komponen penting dalam menu makanan yang sehat, maka tak heran jika kebutuhan sayuran mulai meningkat sejalan dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan bagi mereka. Diantara berbagai macam jenis sayuran yang tumbuh di Indonesia saat ini, tanaman brokoli merupakan salah satu komoditas sayuran yang memiliki nilai komersil dan prospek yang tinggi (Cahyono, 2001).

Menurut Wasonowati (2009), dinyatakan bahwa banyak nutrisi penting yang terkandung didalam brokoli diantaranya adalah vitamin A, B, C, kalsium, besi,

dan mineral bagi pemenuhan gizi manusia serta mengandung senyawa yang dapat mencegah penyakit kanker.

SOGA *Farm* Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian yang membudidayakan dan menghasilkan brokoli di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang. Dari segi letak dan lokasinya memiliki potensi pertanian yang cukup baik dan jenis tanah dilokasi SOGA *Farm* Indonesia sendiri adalah latosol, sehingga sangat cocok untuk dikembangkan usaha sayurannya terutama brokoli. Selain menghasilkan brokoli SOGA *Farm* Indonesia juga menghasilkan stroberi, buah bit, selada hijau dan horengo. Memiliki luas lahan 6000 m<sup>2</sup>, terdiri dari 6 *greenhouse* sebagai lahan garapan. SOGA *Farm* Indonesia juga bekerjasama dengan mitra yaitu SOM (Sayur Organik Merbabu) sebagai *supplier*. SOGA *Farm* Indonesia juga sudah memiliki ijin dari Dinas Perijinan Terpadu satu pintu Kabupaten Magelang pada tahun 2019 yang berbentuk IUMK (Ijin Usaha Mikro Kecil), kode KLBI:01251, nama KLBI: Pertanian Buah Beri, NIB (nomor induk berusaha): 0219010132047.

Tabel 1. Data Produksi Brokoli di SOGA *Farm* bulan Januari-Mei 2022

No	Bulan	Hasil Panen (Kg)		
		Grade A	Grade B	Grade C
1	Januari	552	505	1.057
2	Februari	253	232	485
3	Maret	572	540	1.112
4	April	486	312	798
5	Mei	375	293	668
<b>Total</b>		<b>2.237</b>	<b>1.891</b>	<b>4.119</b>

Sumber: SOGA *Farm* Indonesia (2022)

Usaha brokoli memang berpotensi untuk dikembangkan di wilayah penghasil sayuran terutama di SOGA *Farm* Indonesia yang berada di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang. Mengingat faktor alam yang sesuai untuk pertumbuhan tanaman brokoli dan peluang pasar yang masih terbuka (Sudarminto, 2015). Meskipun demikian, kedua hal tersebut belum cukup menjamin perkembangan menjadi pesat dari berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Seperti SDM tenaga kerja lapangan di pertanian khususnya yang berada di pegunungan susah mencari yang kinerjanya profesional dan keterbatasan modal dalam pembuatan dan perawatan pembuatan *greenhouse* karena memakan biaya

yang cukup tinggi (Irawan, 2003). Tidak hanya itu keterbatasan informasi dan teknologi karena letak dan lokasi yang berada di pegunungan serta kurangnya pendampingan baik dari instansi pemerintah sehingga belum mampu bertani secara modern dan ramah lingkungan. Kondisi internal maupun eksternal usaha brokoli di SOGA *Farm* Indonesia juga harus dipertimbangkan dalam pengambilan strategi pengembangan yang tepat.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. studi kasus merupakan metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integratif dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapi dengan tujuan agar masalah dapat terselesaikan dengan memperoleh perkembangan diri yang baik (Rahardjo dan Gudnanto, 2011). Metode analisis data adalah metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil SOGA *Farm* Indonesia dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk pengembangan usaha brokoli di SOGA *Farm* Indonesia kecamatan Ngablak kabupaten Magelang.

### B. Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah SOGA Farm Indonesia. Pemilihan SOGA Farm Indonesia dengan pertimbangan bahwa SOGA Farm Indonesia memproduksi brokoli organik dan minim pestisida serta telah terdaftar di Dinas Perijinan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Magelang pada tahun 2019 yang berbentuk IUMK (Ijin Usaha Mikro Kecil) (Sugiyono, 2009). Sampel responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu informan kunci dan informan biasa. Penentuan informan dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yang terdiri dari tiga informan kunci dan dua informan biasa. Informan kunci terdiri

dari pemilik, manajer pemasaran dan pengelola kebun. Informan biasa terdiri dari pekerja dan mitra.

### **C. Metode Analisis Data**

#### **1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal**

Faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi dalam suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal dalam kerangka *strengths and weakness* perusahaan. Faktor-faktor strategi eksternal suatu perusahaan diidentifikasi dalam suatu tabel EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal dalam kerangka *opportunities and threats* perusahaan, (Bungin, 2003).

#### **2. Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk faktor-faktor strategi pengembangan usaha brokoli baik internal (kekuatan, kelemahan) maupun eksternal (peluang, ancaman) dalam kondisi saat ini kemudian berusaha menyesuaikan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman), (Rangkuti, 2009).

#### **3. Analisis QSPM**

Analisis QSPM digunakan untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan *key success* faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan (David, 2010).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

##### 1. Analisis Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Tabel 2. Matriks IFAS SOGA Farm Indonesia

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor= Bobot x Rating
<b>KEKUATAN</b>				
1	Memiliki perizinan IUMK	0,11	3,0	0,33
2	Penerapan <i>flat price</i> dengan mitra yang bekerjasama	0,08	3,8	0,30
3	Diproduksi dalam skala besar di <i>greenhouse</i>	0,08	3,4	0,27
4	Kondisi alam yang sesuai untuk budidaya brokoli	0,08	4,0	0,32
5	Produk terbagi atas grade A dan B 85% organik minim pestisida	0,08	3,5	0,28
6	Memiliki logo dan merk SOGA Farm Indonesia sebagai identitas produk	0,08	4,0	0,32
<b>KELEMAHAN</b>				
1	Keterbatasan pengetahuan tenaga kerja dalam pertanian modern	0,08	1,8	0,14
2	Ukuran brokoli lebih kecil karena organik minim pestisida	0,08	1,0	0,08
3	Pemasaran belum menyebar luas ke berbagai wilayah	0,10	1,7	0,17
4	Menggunakan tenaga kerja lebih banyak dan intensif	0,08	1,0	0,08
5	Kondisi tanah yang memiliki perbedaan pH disetiap <i>greenhouse</i>	0,07	1,6	0,11
6	SOGA Farm Indonesia belum menjual produk dalam bentuk packaging dan belum menggunakan label	0,08	1,0	0,08
<b>TOTAL</b>				2,48

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Tabel 2 menunjukkan hasil total matriks IFAS yaitu berada di angka 2,48. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama yaitu memiliki perizinan IUMK dengan skor paling besar 0,33 karena dalam usahanya, SOGA Farm Indonesia sudah memiliki perizinan IUMK dalam memproduksi brokoli dan produk lainnya. Faktor internal yang memiliki kekuatan kecil yaitu

diproduksi dalam skala besar di *greenhouse* dengan skor 0,27, karena walaupun sudah memakai *greenhouse*, jika mempunyai kelemahan pada disetiap tanah atau lahan memiliki pH yang berbeda, semakin tinggi pH semakin susah atau kurang maksimal dalam menghasilkan produk.

Faktor internal yang mempunyai kelemahan utama yaitu karena pemasaran belum menyebar luas ke berbagai wilayah dengan skor 0,17. Faktor internal yang mempunyai kelemahan paling kecil yaitu ukuran brokoli lebih kecil karena organik minim pestisida dan SOGA Farm Indonesia belum menjual produk dalam bentuk packaging dan belum menggunakan label dengan skor sama yaitu 0,08.

## 2. Analisis Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Tabel 3. Matriks EFAS SOGA Farm Indonesia

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor= Bobot x Rating
<b>PELUANG</b>				
1	Potensi pasar cukup besar	0,08	4,0	0,32
2	Kemajuan TI menggunakan digital marketing	0,07	4,0	0,28
3	Dukungan dari dinas pertanian	0,09	3,7	0,33
4	Trend gaya hidup sehat dengan konsumsi sayur minim pestisida	0,08	3,5	0,28
5	Permintaan komoditas selalu ada dan meningkat	0,08	4,0	0,32
6	Adanya perbankan yang memberi fasilitas pinjaman dengan suku bunga lunak	0,07	3,6	0,25
<b>ANCAMAN</b>				
1	Pesaing dari luar mulai muncul	0,11	2,0	0,22
2	Harga bibit mahal dengan kualitas bibit yang kurang bagus	0,07	1,7	0,12
3	Kurangnya bukti kuat perjanjian hitam diatas putih dengan mitra	0,08	1,1	0,09
4	Keengganan petani sekitar bekerja di SOGA Farm Indonesia	0,12	1,0	0,12
5	Serangan dari OPT (Organisme Pengganggu Tumbuhan)	0,07	2,0	0,14
6	Perubahan selera konsumen memilih sayur yang di produksi dari perusahaan lain	0,08	1,6	0,13
<b>TOTAL</b>				2,60

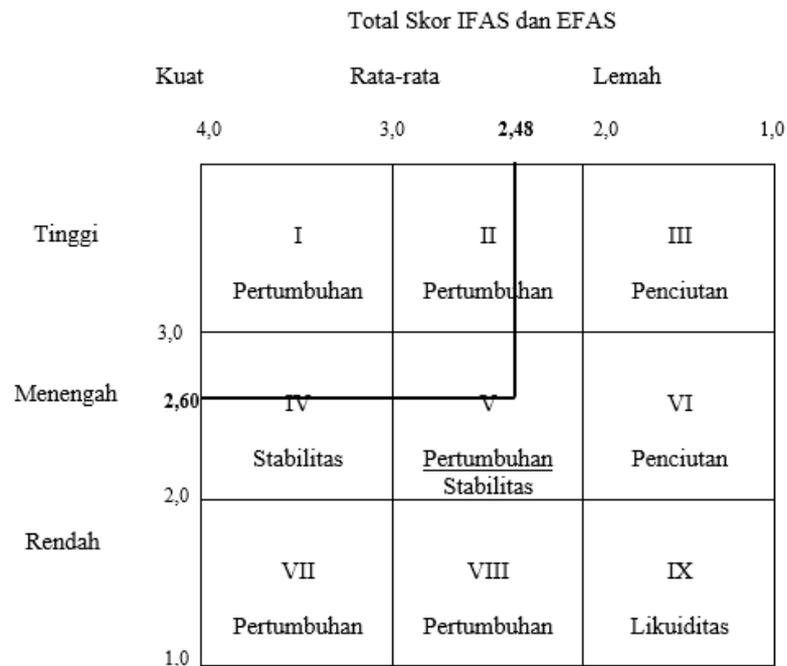
Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Tabel 3 menunjukkan hasil total matriks EFAS yaitu berada di angka 2,60. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama yaitu dukungan dari dinas pertanian dengan skor 0,33. Faktor eksternal yang menjadi peluang kecil yaitu adanya perbankan yang memberi fasilitas pinjaman dengan suku bunga lunak dengan skor 0,24.

Faktor eksternal yang menjadi ancaman utama yaitu pesaing dari luar mulai muncul dengan skor 0,22. Faktor eksternal yang menjadi ancaman kecil yaitu kurangnya bukti kuat perjanjian hitam diatas putih dengan mitra dengan skor 0,09.

**B. Matriks IE**

Penentuan strategi menggunakan matriks IE (Internal-Eksternal) menunjukkan bahwa titik pertemuan antara sumbu X dengan total skor pada matriks IFAS 2,48 dan sumbu Y dengan total skor pada matriks EFAS 2,60.



Gambar 1. Matriks IE SOGA Farm Indonesia  
Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Gambar 1 menunjukkan bahwa titik koordinat berada pada sel V dari hasil skor IFAS sebesar 2,48 dan EFAS sebesar 2,60 yaitu *growth and stability strategy*. Strategi yang tepat digunakan untuk pengembangan usaha SOGA Farm Indonesia adalah dengan cara meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga

dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi terpenting apabila kondisi perusahaan berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar

### C. Analisis SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Brokoli SOGA *Farm* Indonesia

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;"><b>Strength (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki perizinan IUMK.</li> <li>2. Penerapan <i>flat price</i> dengan mitra yang bekerjasama.</li> <li>3. Diproduksi dalam skala besar di green house.</li> <li>4. Kondisi alam yang sesuai untuk budidaya brokoli.</li> <li>5. Produk terbagi atas grade A dan B 85% organik. minim pestisida.</li> <li>6. Memiliki logo dan merk SOGA Farm Indonesia sebagai identitas produk.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbatasan pengetahuan tenaga kerja dalam pertanian modern.</li> <li>2. Ukuran brokoli lebih kecil karena organik minim pestisida.</li> <li>3. Pemasaran belum menyebar luas ke berbagai wilayah.</li> <li>4. Menggunakan tenaga kerja lebih banyak dan intensif.</li> <li>5. Kondisi tanah yang memiliki perbedaan pH disetiap <i>greenhouse</i>.</li> <li>6. SOGA <i>Farm</i> Indonesia belum menjual produk dalam bentuk <i>packaging</i> dan belum menggunakan label.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi pasar cukup besar.</li> <li>2. Kemajuan TI menggunakan <i>digital marketing</i>.</li> <li>3. Dukungan dari dinas pertanian</li> <li>4. <i>Trend</i> gaya hidup sehat dengan konsumsi sayur minim pestisida</li> <li>5. Permintaan komoditas selalu ada dan meningkat.</li> <li>6. Adanya perbankan yang memberi fasilitas pinjaman dengan suku bunga lunak.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah legalitas memperluas jejaring dengan investor SOGA Farm Indonesia agar lebih banyak dikenal masyarakat (S1, S2, S6, O1, O2, O3, O6).</li> <li>2. Menjalin kerjasama dengan cara penerapan <i>flat price</i> dengan mitra yang lebih banyak (S2, S3, S5, S6, O1, O2, O3, O4, O5).</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-O</b></p> <p>Meningkatkan pemasaran melalui media sosial marketing seperti Facebook, LinkedIn, dan YouTube <i>channel</i> (W3, O1, O2, O4, O5).</p>

Lanjutan Tabel 4.

<b>Treats (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
1. Pesaing dari luar mulai muncul. 2. Harga bibit mahal dengan kualitas bibit yang kurang bagus. 3. Kurangnya bukti kuat perjanjian hitam diatas putih dengan mitra. 4. Keengganan petani sekitar bekerja di SOGA Farm Indonesia. 5. Serangan dari OPT (Organisme Pengganggu Tumbuhan). 6. Perubahan selera konsumen memilih sayur yang di produksi dari merk lain.	Melakukan <i>branding</i> dalam membangun image perusahaan dan produk dari SOGA Farm Indonesia dengan media sosial yang dimiliki (S1, S5, S6, T1, T6).	Meningkatkan ketrampilan tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari dinas pertanian (W1, W2, W3, T2, T4, T5).

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Berdasarkan Tabel 4 matriks SWOT diperoleh strategi yang dapat dijadikan sebagai alternatif strategi pengembangan usaha brokoli SOGA Farm Indonesia. Strateginya, yaitu:

1. Strategi S-O

Penambahan legalitas dan memperluas jejaring dengan investor SOGA Farm Indonesia agar lebih banyak dikenal masyarakat (S1, S2, S6, O1, O2, O3, O6). Menjalinkan kerjasama dengan cara penerapan *flat price* dengan mitra yang lebih banyak (S2, S3, S5, S6, O1, O2, O3, O4, O5).

2. Strategi S-T

Melakukan *branding* dalam membangun image perusahaan dan produk dari SOGA Farm Indonesia dengan media sosial yang dimiliki (S1, S5, S6, T1, T6).

3. Strategi W-O

Peningkatkan pemasaran melalui media sosial marketing seperti Facebook, LinkedIn, dan YouTube *chanel* (W3, O1, O2, O4, O5).

#### 4. Strategi *W-T*

Peningkatkan ketrampilan tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari dinas pertanian (W1, W2, W3, T2, T4, T5).

#### **D. Analisis Matriks QSPM**

Berdasarkan matriks QSPM terdapat tiga prioritas strategi alternatif strategi pengembangan usaha brokoli di SOGA Farm Indonesia, yaitu:

1. Alternatif V : Meningkatkan ketrampilan tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari dinas pertanian. Strategi meningkatkan ketrampilan tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari dinas pertanian dengan perolehan skor sebesar 6,11. Dalam mewujudkan tenaga kerja yang lebih baik dan lebih terampil yaitu dengan mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Magelang agar dapat menerima dan mampu mempraktikkan apa yang sudah diberikan kepada tenaga kerja atau peserta terhadap usaha yang dijalankan, dari segi budidaya, pengolahan, pemasaran maupun pengemasan.
2. Alternatif III : Melakukan *branding* dalam membangun *image* perusahaan dan produk dari SOGA Farm Indonesia dengan media sosial yang dimiliki. Strategi melakukan branding untuk meningkatkan pemasaran terhadap brokoli dengan perolehan skor sebesar 5,81. Branding yang dilakukan oleh SOGA Farm Indonesia yaitu dengan mengemas produk menggunakan brand SOGA Farm Indonesia dengan label yang sudah berlogo dan sudah memiliki izin laboratorium bahwa produk SOGA Farm Indonesia adalah organik yang 85% minim pestisida agar masyarakat lebih tertarik dan memberikan benefit lebih besar dari dilakukannya *branding* dengan memaksimalkan media sosial marketing yang sudah dijalankan oleh SOGA Farm Indonesia.
3. Alternatif II : Menjalinkan kerjasama dengan cara penerapan *flat price* dengan mitra yang lebih banyak. Strategi mampu menjalin kerjasama dengan cara penerapan *flat price* dengan mitra yang bekerjasama dengan SOGA Farm Indonesia dengan perolehan skor 5,00 agar tidak mengalami fluktuasi pasar yang tidak menentu yang dapat menyebabkan kerugian atau kegagalan dalam menjual produk brokoli tersebut. Kemitraan yang terjalin antara SOGA Farm

Indonesia dengan SOM (Sayur Organik Merbabu) yaitu menerapkan *flat price* atau bisa disebut dengan harga tetap pada produk khususnya brokoli dengan harga yang sudah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu sebesar Rp 15.000/kg.

Berdasarkan matriks QSPM terdapat dua alternatif strategi yang bukan menjadi prioritas, yaitu:

1. Alternatif IV : Meningkatkan pemasaran melalui media sosial marketing seperti Facebook, LinkedIn, dan YouTube *channel*. Strategi dapat memperluas pemasaran melalui sosial media menjadi alternatif strategi ke empat dengan skor TAS yang didapat yaitu sebesar 4,99. Faktor yang mempengaruhi atau menjadi alasan yaitu karena Instagram, Facebook, Web Linktree, LinkedIn merupakan aplikasi yang banyak diikuti oleh masyarakat dari dalam negeri maupun luar negeri dan juga mampu dijadikan untuk transaksi jual beli. Dengan adanya hal ini diharapkan menjadikan SOGA *Farm* Indonesia dikenal oleh masyarakat secara luas serta meningkatkan daya tarik konsumen terhadap brokoli yang diproduksi oleh SOGA *Farm* Indonesia dan masyarakat menjadi gemar makan sayur yang minim pestisida.
2. Alternatif I : Menambah legalitas memperluas jejaring dengan investor SOGA *Farm* Indonesia agar lebih banyak dikenal masyarakat. Strategi ini memperoleh skor sebesar 4,76. Walaupun menjadi alternatif dengan skor terendah atau bukan prioritas utama, namun strategi ini cukup penting untuk dijalankan. Karena menambah suatu legalitas mampu memperluas jejaring dengan investor terhadap SOGA *Farm* Indonesia untuk bekerjasama dalam berbisnis dan lebih dikenal oleh kalangan masyarakat Indonesia maupun mancanegara.

#### IV. PENUTUP

Faktor internal kekuatan yang dimiliki oleh SOGA *Farm* Indonesia, yaitu memiliki perizinan IUMK, penerapan *flat price* dengan mitra yang bekerjasama, diproduksi dalam skala besar di *greenhouse*, kondisi alam yang sesuai untuk

budidaya brokoli, produk terbagi atas grade A dan B 85% organik minim pestisida, memiliki logo dan merk SOGA *Farm* Indonesia sebagai identitas produk.

Faktor internal kelemahan yang dimiliki oleh SOGA *Farm* Indonesia, yaitu keterbatasan pengetahuan tenaga kerja dalam pertanian modern, ukuran brokoli lebih kecil karena organik minim pestisida, pemasaran belum menyebar luas ke berbagai wilayah, menggunakan tenaga kerja lebih banyak dan intensif, kondisi tanah yang memiliki perbedaan pH disetiap *greenhouse*, SOGA *Farm* Indonesia belum menjual produk dalam bentuk *packaging* dan belum menggunakan label.

Faktor eksternal peluang yang dimiliki oleh SOGA *Farm* Indonesia, yaitu potensi pasar cukup besar, kemajuan TI menggunakan *digital marketing*, dukungan dari dinas pertanian, *trend* gaya hidup sehat dengan konsumsi sayur minim pestisida, permintaan komoditas selalu ada dan meningkat, adanya perbankan yang memberi fasilitas pinjaman dengan suku bunga lunak.

Faktor eksternal ancaman yang dimiliki oleh SOGA *Farm* Indonesia, yaitu pesaing dari luar mulai muncul, harga bibit mahal dengan kualitas bibit yang kurang bagus, kurangnya bukti kuat perjanjian hitam diatas putih dengan mitra, keengganan petani sekitar bekerja di SOGA *Farm* Indonesia, serangan dari OPT (Organisme Pengganggu Tumbuhan), perubahan selera konsumen memilih sayur yang di produksi dari perusahaan lain.

Strategi pengembangan usaha yang digunakan oleh SOGA *Farm* Indonesia terhadap brokoli antara lain, menambah legalitas memperluas jejaring dengan investor SOGA *Farm* Indonesia agar lebih banyak dikenal masyarakat, menjalin kerjasama dengan cara penerapan *flat price* dengan mitra yang lebih banyak, melakukan *branding* dalam membangun image perusahaan dan produk dari SOGA *Farm* Indonesia dengan media sosial yang dimiliki, meningkatkan pemasaran melalui media sosial *marketing* seperti Facebook, LinkedIn, dan YouTube *chanel*, meningkatkan ketrampilan tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari Dinas Pertanian.

Prioritas strategi berdasarkan analisis QSPM dalam pengembangan usaha yang tepat dilakukan oleh SOGA *Farm* Indonesia, yaitu meningkatkan ketrampilan

tenaga kerja dengan mengirimkan tenaga kerja untuk mengikuti pelatihan dari Dinas Pertanian, melakukan *branding* dalam membangun *image* perusahaan dan produk dari SOGA *Farm* Indonesia dengan social media, menjalin kerjasama dengan cara penerapan *flat price* dengan mitra yang lebih banyak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin B. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cahyono. 2001. *Kubis Bunga Dan Brokoli*. Yogyakarta: Kanisius.
- David, F, R. 2010. *Manajemen Strategi:Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Irawan, B. 2003. "Membangun Agribisnis Hortikultura Terintegrasi Dengan Basis Kawasan Pasar." *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 21. <https://media.neliti.com/media/publications/56337-ID-membangun-agribisnis-ortikultura-terint.pdf>.
- Rahardjo, S, and Gudnanto. 2011. *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.
- Sudarminto. 2015. *Peluang Usaha Tani Brokoli*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wasonowati, C. 2009. "Kajian Saat Pemberian Pupuk Dasar Nitrogen Dan Umur Bibit Pada Tanaman Brokoli (*Brassica Oleracia L.*)" Universitas Trunojoyo Madura.