

**ANALISA STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
DAN QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX*)**

(STUDI KASUS : PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA)

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

NAUFAL RIEZA SEPTAVIANDI

NRP : 183010066



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN**

2022

**ANALISA STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
DAN QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX*)**

(STUDI KASUS : PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA)

NAUFAL RIEZA SEPTAVIANDI

NRP : 183010066

Dosen Pembimbing :

Dr. Ir. H.A Syakur Amin, M.Eng

ABSTRAK

*PT. Zamrud Bumi Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pupuk organik cair. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi bisnis apa yang tepat yang dapat diimplementasikan dalam meningkatkan penjualan pada PT. Zamrud Bumi Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan yaitu wawancara dengan direktur dan asisten direktur, observasi untuk mendapatkan data-data dan informasi yang akurat, dan kuisioner. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu data internal perusahaan, data statistik nasional dan data terkait. Berdasarkan hasil matrik IFE memperoleh total skor tertimbang sebesar 3,37 dan matrik EFE memperoleh total skor tertimbang sebesar 3,42. Matriks SWOT memperoleh beberapa alternatif strategi dengan mengkombinasikan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman. Pada diagram analisis swot perusahaan berada pada kuadran 1 yaitu situasi yang dapat menguntungkan perusahaan karena memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. serta mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil QSPM memperoleh alternatif strategi prioritas yaitu meningkatkan kegiatan pemasaran dengan meningkatkan digital marketing untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dengan lebih efisien dan efektif dengan nilai TAS sebesar 7,68.*

Kata Kunci : Matrik IFE dan EFE, SWOT, Diagram Analisis SWOT dan QSPM.

**ANALISA STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
DAN QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX*)**

(CASE STUDY : PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA)

NAUFAL RIEZA SEPTAVIANDI

NRP : 183010066

Main Advisor :

Dr. Ir. H.A Syakur Amin, M.Eng

ABSTRACT

PT. Zamrud Bumi Indonesia is a company engaged in liquid organic fertilizer. This research was conducted to find out what is the right business strategy that can be implemented in increasing sales at PT. Indonesian Emerald Earth. This research uses SWOT analysis method and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Collecting data in this study using primary data and secondary data. The primary data used are interviews with directors and assistant directors, observations to obtain accurate data and information, and questionnaires. The secondary data used in this study are company internal data, national statistical data and related data. Based on the results of the IFE matrix, it obtained a total weighted score of 3.37 and the EFE matrix obtained a total weighted score of 3.42. The SWOT matrix obtains several alternative strategies by combining internal strengths and weaknesses with external opportunities and threats. In the swot analysis diagram the company is in quadrant 1, which is a situation that can benefit the company because it has many opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. and support an aggressive growth policy (growth oriented strategy). Based on the results of QSPM obtaining alternative priority strategies, namely Increasing marketing activities by increasing digital marketing to reach a wider target market more efficiently and effectively with a TAS value of 7.68.

Keywords: Matrix IFE dan EFE, SWOT, Swot Analysis Chart and QSPM.

**Analisa Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan
Dengan Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM
(Quantitative Strategic Planning Matrix)
(STUDI KASUS : PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA)**

Oleh

**NAUFAL RIEZA SEPTAVIANDI
NRP : 183010066**

Menyetujui
Tim Pembimbing

Tanggal

Pembimbing

Penelaah

(Dr. Ir. H.A Syakur Amin, M.Eng)

(Dr. Ir. Riza Fathoni Ishak, MT)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dr. Ir. M. Nurman Helmi, DEA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	5
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
I.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
I.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
I.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
I.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
I.5 Batasan	Error! Bookmark not defined.
I.6 Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
I.7 Sistematika Penulisan Laporan	Error! Bookmark not defined.
BAB II Landasan Teori dan Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
II.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
II.1.1 Pupuk Organik	Error! Bookmark not defined.
II.1.2 Pengertian Bisnis.....	Error! Bookmark not defined.
II.1.3 Strategi Bisnis	Error! Bookmark not defined.
II.1.4 Strategi	Error! Bookmark not defined.
II.1.4.1 Pengertian Strategi.....	Error! Bookmark not defined.
II.1.4.2 Tujuan Strategi	Error! Bookmark not defined.
II.1.4.3 Tingkatan Strategi	Error! Bookmark not defined.
II.1.4.4 Jenis-Jenis Strategi	Error! Bookmark not defined.
II.1.5 Manajemen Strategi	Error! Bookmark not defined.
II.1.5.1 Tahap Manajemen Strategi.....	Error! Bookmark not defined.
II.1.6 Analisis Eksternal Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
II.1.7 Analisis Internal Perusahaan	Error! Bookmark not defined.

II.1.8 Analisa Bersaing (Model Lima Kekuatan Porter)**Error! Bookmark not defined.**

II.1.9 Analisis Formulasi Strategi**Error! Bookmark not defined.**

II.1.10 Analisis SWOT**Error! Bookmark not defined.**

II.1.10.1 Pengertian Analisis SWOT.....**Error! Bookmark not defined.**

II.1.10.2 Tujuan Analisis SWOT**Error! Bookmark not defined.**

II.1.10.3 Manfaat Analisis SWOT**Error! Bookmark not defined.**

II.1.11 Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) **Error! Bookmark not defined.**

II.1.12 Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) **Error! Bookmark not defined.**

II.1.13 Matriks SWOT**Error! Bookmark not defined.**

II.1.14 Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)..... **Error! Bookmark not defined.**

II.2 Peneliti Terdahulu.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB III Metodologi Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

III.1 Jenis Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

III.2 Lokasi Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

III.3 Subjek dan Objek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

III.3.1 Subjek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

III.3.2 Objek penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

III.4 Kerangka Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

III.5 Tahapan Metodologi Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

III.6 Deskripsi Tahapan Metodologi Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

III.6.1 Identifikasi Masalah.....**Error! Bookmark not defined.**

III.6.2 Studi Literatur.....**Error! Bookmark not defined.**

III.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....**Error! Bookmark not defined.**

III.6.3.1 Data Primer**Error! Bookmark not defined.**

III.6.3.2 Data Sekunder**Error! Bookmark not defined.**

III.6.4 Teknik Pengolahan dan Analisa Data..**Error! Bookmark not defined.**

III.6.4.1 Tahap Masukan (Matriks EFE dan IFE) **Error! Bookmark not defined.**

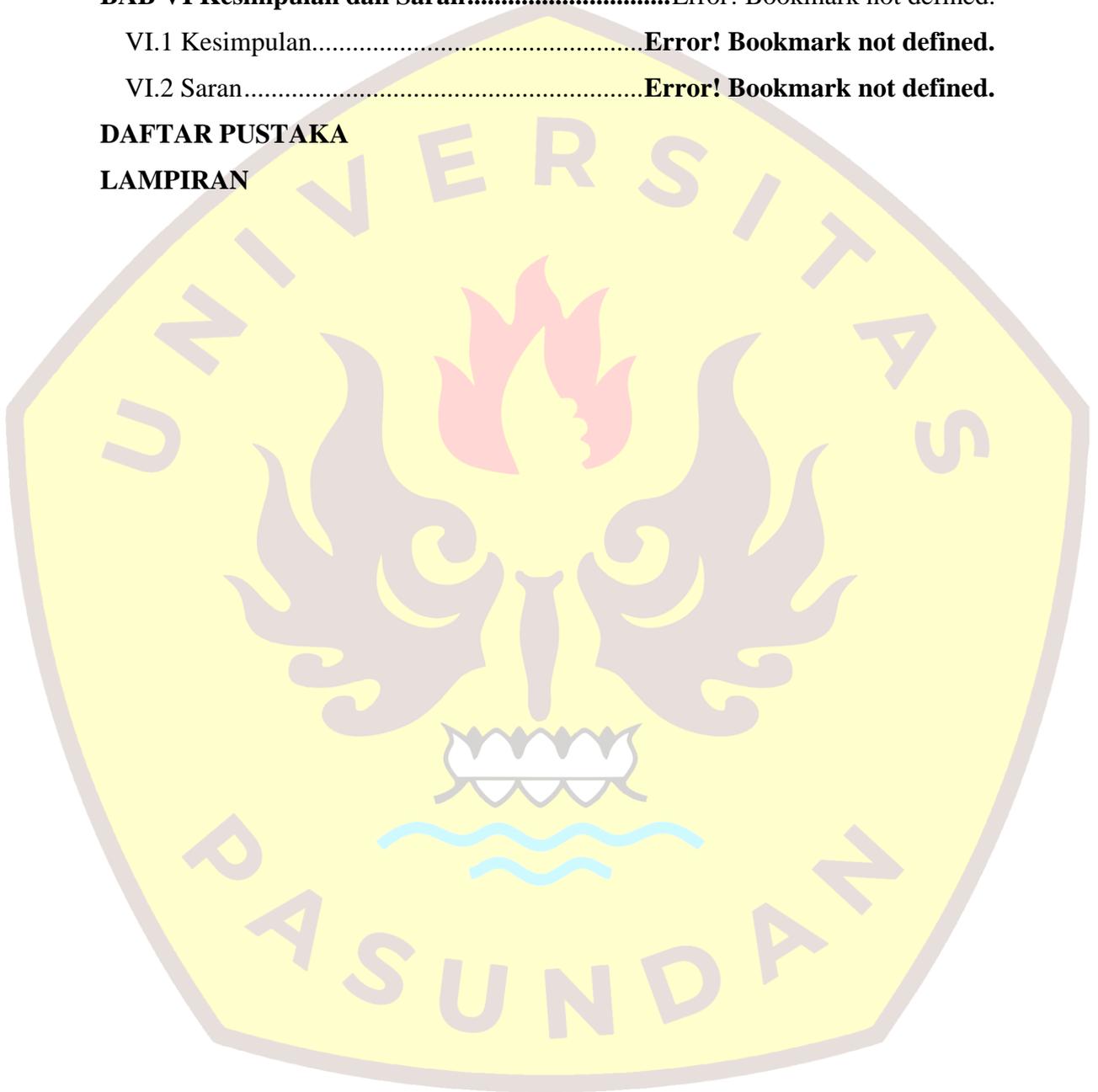
III.6.4.2 Tahap Pencocokan (Diagram dan Matrik SWOT).....	Error!
Bookmark not defined.	
III.6.4.3 Tahap Keputusan (QSPM)	Error! Bookmark not defined.
III.6.5 Analisa dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
III.6.6 Kesimpulan dan Saran	Error! Bookmark not defined.
BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
IV.1 Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
IV.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
IV.1.3 Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
IV.1.4 Jenis – Jenis Produk Yang dihasilkan	Error! Bookmark not defined.
IV.1.5 Wawancara	Error! Bookmark not defined.
IV.2 Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
IV.2.1 Tahap Masukan.....	Error! Bookmark not defined.
IV.2.1.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)..	Error! Bookmark not defined.
defined.	
IV.2.1.2 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	Error! Bookmark not defined.
defined.	
IV.2.2 Tahap Pencocokan.....	Error! Bookmark not defined.
IV.2.2.1 Diagram Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.
IV.2.2.2 Matriks SWOT.....	Error! Bookmark not defined.
IV.2.3 Tahap Keputusan	Error! Bookmark not defined.
IV.2.3.1 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	Error!
Bookmark not defined.	
BAB V Analisis dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
V.1 Tahap Masukan.....	Error! Bookmark not defined.
V.1.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	Error! Bookmark not defined.
defined.	
V.1.2 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	Error! Bookmark not defined.
defined.	
V.2 Tahap Pencocokan.....	Error! Bookmark not defined.
V.2.1 Diagram Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.

V.2.2 Matriks SWOT.....**Error! Bookmark not defined.**
V.3 Tahap Keputusan**Error! Bookmark not defined.**
V.3.1 *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)**Error! Bookmark not defined.**
defined.

BAB VI Kesimpulan dan Saran.....**Error! Bookmark not defined.**
VI.1 Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**
VI.2 Saran.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

Pertanian dikabupaten kuningan mengalami perkembangan yang cukup baik pada tiap tahunnya dalam menciptakan pertanian lebih maju, meningkatkan kualitas dan hasil produksi, meningkatkan ekonomi khususnya pendapatan bagi para petani, meningkatkan peluang usaha dan perluasan pasar serta dapat menciptakan lapangan kerja. Ketersediaan sumber daya untuk produksi pertanian seperti pupuk merupakan faktor sarana sangat penting bagi petani dalam upaya meningkatkan produktivitas lahan Sementara itu dalam penggunaan pupuk pada wilayah kuningan dan sekitarnya semakin meningkat berdasarkan dengan penambahan area pada sektor pertanian, pertumbuhan penduduk dan lainnya.

Pupuk memiliki peranan sangat penting untuk menjaga kesuburan tanah dengan baik, pupuk juga merupakan kunci bagi kesuburan tanah karena memberikan nutrisi atau unsur yang dibutuhkan tanaman untuk dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Tanah dan tanaman membutuhkan nutrisi untuk dapat tumbuh dengan baik, jadi sangat penting untuk menambahkannya ke tanah dan tanaman. Pupuk adalah jenis bahan yang ditambahkan pada media tanam atau memberikan kemampuan tanah yang dapat secara langsung mendukung tanaman untuk memberikan nutrisi atau unsur yang diperlukan agar tanaman dapat meningkatkan produksi dan mutu. Dalam penggunaan pupuk dapat dilakukan dengan memberikan pupuk organik dan anorganik untuk melengkapi kekurangan unsur hara didalam tanah yang bertujuan agar dapat meningkatkan hasil produksi dan mutu tetapi harus tetap memperhatikan keadaan lingkungan agar tetap terjaga dengan baik dan tidak merusak lingkungan hidup sekitar.

Para pakar pertanian yang berada di Indonesia sudah mengetahui dan menyadari bahwa dalam penggunaan anorganik dapat menyebabkan pencemaran, kerusakan lahan dan kerusakan pada lingkungan hidup. Oleh karena itu, para pakar pun menekankan pentingnya mencari metode pertanian alternatif yang tidak hanya dapat meningkatkan produktivitas tetapi juga menjaga lingkungan dengan baik dan

mencegah kerusakan. Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan juga harus ditingkatkan lagi dan diberikan arahan untuk tetap bisa menjaga lingkungan yang bersih dan aman serta meningkatnya pemahaman tentang pola hidup sehat menjadi dasar yang baik bagi pengembangan produk yang aman dan sehat untuk dikonsumsi. Sehingga dalam kasus ini perlu ditingkatkan dan diprioritaskan dalam penggunaan pupuk organik yang tidak hanya dapat menjaga dan meningkatkan kesuburan tanah tetapi juga membantu menciptakan agroekosistem yang berkelanjutan dan aman untuk kesehatan manusia. Hingga saat ini dalam penggunaan pupuk organik masih dapat dikategorikan terbatas pada tanaman sayuran, tanaman pangan, palawija dan perkebunan lainnya. Hal ini mungkin dapat disebabkan karena tanaman sayuran memiliki siklus hidup yang relatif pendek, sehingga penerapan pertanian organik lebih baik dibandingkan tanaman lain seperti tanaman semusim (Zulkarnain, 2010). Kemudian dalam penggunaan pupuk kimia, buatan atau pestisida, benih hibrida, irigasi maupun mekanisasi secara besar kurang maksimal terhadap mutu dan hasil produksi. Selain itu, akan menimbulkan dampak yang cukup besar terhadap pencemaran, kerusakan lingkungan, dan kesehatan manusia. Kerusakan pada tanah juga sangat berpengaruh terhadap tanaman karena akan menghambat pertumbuhan dan produktivitas yang dihasilkan kurang optimal. Kurangnya kesadaran para petani bahwa pupuk buatan atau kimia akan menimbulkan dampak yang cukup serius, sehingga perlu mencari alternatif lain dalam mencukupi kebutuhan pada sektor pertanian dengan beralihnya pada pupuk organik. Oleh karena itu, perlu ditingkatkan lagi dalam mensosialisasikan pupuk organik lebih luas lagi agar para petani menyadari dan mengetahui akan manfaat dari penggunaan pupuk organik.

Pupuk organik merupakan pupuk alami yang terbuat dari materi makhluk hidup seperti daun, akar-akar, sisa tanaman hewan dan manusia. Pupuk organik umumnya dapat berbentuk padat maupun cair. Selain itu pupuk organik memiliki fungsi atau manfaat guna memperbaiki sifat fisik, kimia dan biologi tanah. Pupuk organik memiliki kandungan bahan organik yang lebih tinggi dibandingkan dengan kadar haranya dan memiliki kandungan nutrisi makro dan mikro yang dapat dikatakan cukup lengkap. Bahan-bahan organik yang terdapat pada pupuk merupakan bahan yang memiliki kandungan bahan alami atau senyawa organik yang dapat

mempertahankan atau menjaga unsur tanah maupun zat pengatur tumbuh tanaman yang dapat memberikan keuntungan bagi tanaman maupun lingkungan hidup sekitar. Bahan organik mempunyai peran sangat penting dalam pertanian karena mempunyai kemampuan tanah yang mendukung tanaman. Ketika kadar bahan organik tanah yang digunakan menurun maka akan mengakibatkan kemampuan tanah dalam mendukung produktivitas tanaman juga dapat menurun. Sehingga pupuk organik mempunyai kelebihan atau manfaat yang didapatkan seperti memperbaiki struktur tanah yang rusak, membantu meningkatkan kesuburan dan daya serap tanah terhadap air, membantu dalam meningkatkan kondisi lingkungan kehidupan tanah, sebagai sumber zat makanan bagi tanaman dan mikroorganisme tanah, meningkatkan produktivitas tanaman dan hasil yang berkualitas tinggi.

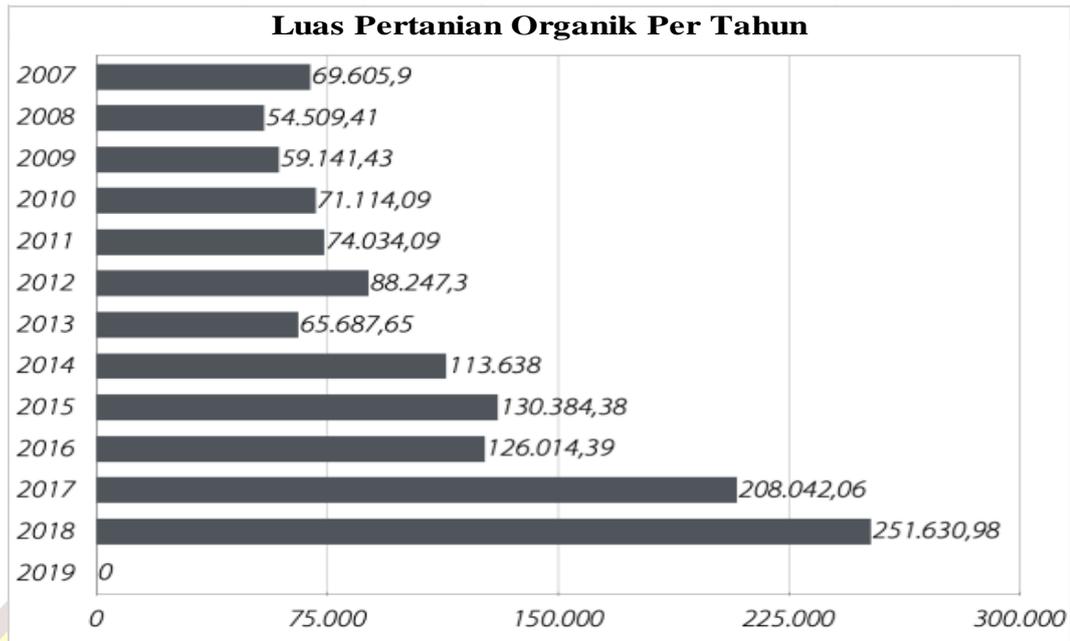
Berdasarkan realisasi penyaluran pupuk bersubsidi tahun 2022 tercatat bahwa jumlah alokasi pupuk subsidi yang sudah disalurkan ke seluruh Indonesia dengan jumlah sebanyak 1.009.177 ton, dimana mengalami penurunan yang signifikan dari tahun sebelumnya yang mencapai 8,87 juta ton pada tahun 2018 dan rincian alokasi pupuk subsidi tahun 2022 yaitu urea dengan jumlah sebesar 513.381 ton, untuk SP-36 dengan jumlah sebesar 32.180 ton, ZA dengan jumlah sebesar 45.456 ton, untuk NPK dengan jumlah sebesar 360.106 ton, dan organik dengan jumlah sebesar 58.072 ton. Sedangkan untuk NPK formula khusus dengan jumlah sebesar 770 ton, dan organik cair dengan jumlah sebesar 13.532 ton. Berdasarkan penyaluran pupuk organik bersubsidi diberbagai provinsi di Indonesia pada tahun 2020 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel I. 1 Data Penyaluran Pupuk Organik Bersubsidi

No.	Provinsi	Realisasi s.d. 9 Agustus 2020	Rencana s.d. 9 Agustus 2020	% (Realisasi / Rencana)	Alokasi 2020	% (Realisasi / Alokasi)
1	NAD	3,358	4,436	76	7,009	48
2	Sumatera Utara	8,482	10,038	84	16,591	51
3	Sumatera Barat	3,286	12,635	26	21,199	16
4	Jambi	1,219	3,480	35	5,600	22
5	Riau	2,344	4,943	47	7,766	30
6	Bengkulu	2,008	2,170	93	3,485	58
7	Sumatera Selatan	2,345	3,629	65	5,412	43
8	Bangka Belitung	1,883	5,554	34	9,327	20
9	Lampung	6,582	11,111	59	17,029	39
10	Kep. Riau	29	24	121	40	73
11	DKI. Jakarta	0	2	0	2	0
12	Banten	4,142	4,352	95	6,412	65
13	Jawa Barat	45,359	41,563	109	64,453	70
14	D.I. Yogyakarta	2,120	2,103	101	3,474	61
15	Jawa Tengah	83,213	100,860	83	160,600	52
16	Jawa Timur	151,898	208,893	73	336,429	45
17	Bali	1,004	2,253	45	3,639	28
18	Kalimantan Barat	3,803	4,499	85	7,224	53
19	Kalimantan Tengah	984	981	100	1,533	64
20	Kalimantan Selatan	1,370	2,423	57	3,899	35
21	Kalimantan Timur	1,042	1,396	75	2,281	46
22	Kalimantan Utara	61	58	105	104	59
23	Sulawesi Utara	606	553	110	821	74
24	Gorontalo	151	904	17	1,560	10
25	Sulawesi Tengah	637	1,261	51	2,077	31
26	Sulawesi Tenggara	904	2,409	38	3,881	23
27	Sulawesi Selatan	7,804	9,851	79	15,559	50
28	Sulawesi Barat	866	977	89	1,619	53
29	Nusa Tenggara Barat	3,409	4,858	70	7,511	45
30	Nusa Tenggara Timur	566	775	73	1,211	47
31	Maluku	303	405	75	614	49
32	Papua	583	902	65	1,419	41
33	Maluku Utara	32	31	103	50	64
34	Papua Barat	63	102	62	170	37
TOTAL		342,456	450,431	76	720,000	48

Sumber: (Pupuk Indonesia, 2020)

Terkait dengan adanya permintaan global, pada awal tahun 2018 ekspor pupuk dari Indonesia mengalami kenaikan sebesar 48,88% pada setiap tahunnya dari 766.864 ton menjadi 1,141 juta ton. Kenaikan ini terjadi karena disebabkan oleh beberapa perusahaan pupuk di luar negeri yang sedang mengalami perbaikan, seperti di China dan lainnya. Oleh karena itu, menyebabkan beberapa negara mengalami permintaan pupuk yang meningkat ke Indonesia. Pada tahun ini, Pupuk Indonesia tidak dapat memastikan untuk dapat mengekspor ke luar negeri, karena kebutuhan pupuk didalam negeri belum terpenuhi. Akan tetapi, pupuk indonesia dapat di eskpor ketika kebutuhan pupuk di dalam negeri sudah terpenuhi semuanya. Selain itu, luas pertanian organik di indonesia pun meningkat dari tahun ke tahunnya. Dapat dilihat pada data sebagai berikut:



Gambar I. 1 Grafik luas pertanian organik

Sumber : (Aliansi Organik Indonesia, 2019)

Saat ini kondisi permasalahan perpupukan nasional yang dihadapi yaitu permasalahan pada pasokan bahan baku yang terbatas yang disebabkan oleh ketidakseimbangan antara kebutuhan pupuk yang semakin meningkat, sedangkan untuk pasokan bahan baku dan produksi yang terbatas. Upaya dalam menjaga kelancaran guna pemenuhan kebutuhan pupuk pada pertanian, hal ini yang menyebabkan terjadinya usaha pada industri pupuk memiliki daya saing yang cukup tinggi. Namun keterbatasannya pasokan bahan baku yang menyebabkan harga jual pupuk tidak terjangkau oleh para petani, permasalahan ini yang sering terjadi atau dihadapi oleh petani. Sehingga kekurangan pupuk menjadi masalah yang cukup besar karena dapat mengakibatkan terhambatnya pertumbuhan tanaman yang tidak normal yang dapat menurunkan hasil produksi dan mutu. Serta menjadi ancaman bagi ketahanan pangan.

Pada saat ini perkembangan industri pupuk organik merupakan industri strategis yang mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Pemerintah mengatur kebijakan mengenai distribusi pupuk dan mensubsidi harganya agar lebih terjangkau oleh petani kecil. Selain itu, kondisi persaingan dalam industri pupuk semakin meningkat jumlahnya sehingga menyebabkan hambatan untuk masuk

dalam industri ini. Oleh karena itu, banyak perusahaan bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Dalam industri pupuk organik ketatnya persaingan antar pemasok atau *distributor* sangat menguntungkan untuk para konsumen pupuk, namun hal ini dapat mengakibatkan *distributor* mendapatkan margin keuntungan yang lebih kecil. Dalam menghadapi persaingan pada industri pupuk organik banyak perusahaan lain yang menawarkan produk pupuk organik dengan harga yang lebih murah dan mutu yang sama. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus melakukan upaya dalam meningkatkan daya saing perusahaan maupun nilai tambah serta pengelolaan manajemen yang profesional bagi setiap perusahaan. Dengan adanya industri pupuk organik memiliki peran yang sangat penting dalam membantu meningkatkan pertanian di Indonesia dengan memenuhi kebutuhan sarana produksi pertanian seperti pupuk. Selain itu, Pemerintah juga sangat mendukung dan memperhatikan pada pengembangan pupuk organik.

PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA adalah perusahaan dan *supplier* pupuk organik cair dengan merk dagang Power Bumi. PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA. Pada awalnya perusahaan ini bukan berbentuk perseroan terbatas melainkan berbentuk CV (Perseroan Komanditer) yang bernama CV. BUMI MAKMUR RAYA yang beralamat di Desa Cibingbin Kec. Cibingbin Kab. Kuningan - Jawa Barat. Namun, seiring berjalannya waktu dan berkembangnya CV. BMK tersebut memutuskan untuk merubah bentuk perusahaan menjadi PT (Perseroan Terbatas) yang bernama PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA yang beralamat di Kp. Sumurwiru Desa Sukamaju Kec. Cibingbin Kab. Kuningan – Jawa Barat. Meskipun bentuk perusahaan telah berubah, namun sistem didalamnya tidak banyak yang berubah. Sehingga tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya atau dimasa yang akan datang akan mengembangkan berbagai macam bidang usaha yang dilakukan oleh PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA.

Power Bumi merupakan pupuk organik cair yang diproduksi oleh PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA, pupuk organik cair power bumi memiliki kandungan unsur hara atau nutrisi yang cukup penting diperlukan oleh semua jenis tanaman seperti padi, bawang, cabai, jagung, jenis kacang-kacangan, dan sayuran. Power Bumi juga memiliki kandungan pestisida nabati yang dapat digunakan untuk mengendalikan hama secara alami dan berperan sebagai imunisasi atau mencegah

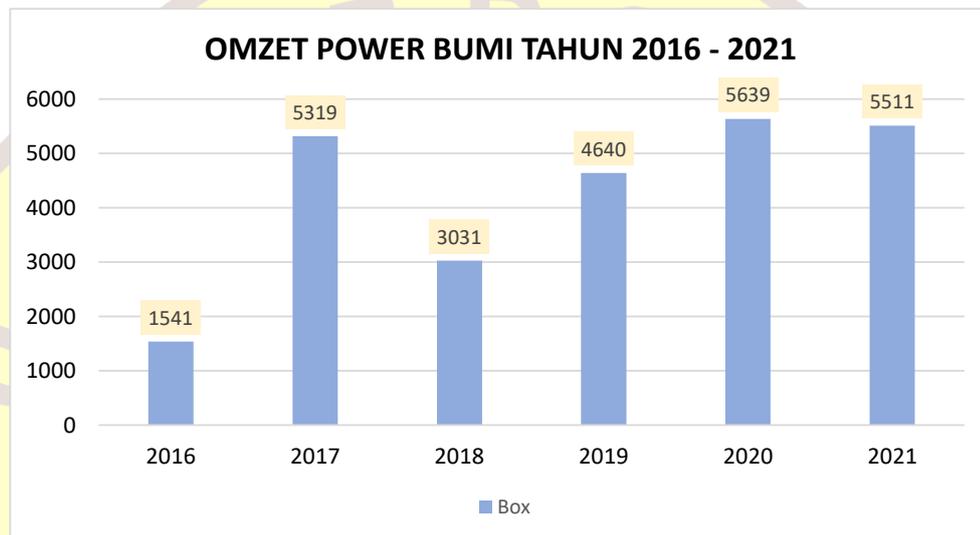
terkenanya serangan penyakit yang disebabkan oleh penyebaran virus pada tanaman. PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA telah melakukan salah satu langkah dalam meningkatkan penjualannya untuk menarik minat para konsumen, langkah tersebut seperti menyediakan produk yang diminati atau diinginkan oleh para konsumen diantaranya menyediakan produk yang berkualitas tinggi dengan memberikan harga yang terjangkau dan kompetitif.

Dilihat dari perkembangan industri PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA belum melakukan pengembangan terhadap strategi bisnis dalam menghadapi para pesaing atau pesaing baru yang memiliki usaha sejenis. Oleh karena itu, PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA perlu memperhatikan faktor *internal* maupun *external*. Pada faktor *internal* berdasarkan dengan kekuatan dan kelemahan usaha yang dijalankannya dalam menghadapi persaingan yang meliputi pada produksi, manajemen dan sumber daya manusia, keuangan, pemasaran dan lingkungan bisnis lainnya dari perusahaan. Sedangkan untuk faktor *external* berdasarkan dengan peluang dan ancaman yang dihadapinya yang meliputi berbagai faktor yang berasal dari luar perusahaan mencakup aspek sosial, budaya, ekonomi, politik, teknologi, dan lainnya. Hal tersebut sangat berpengaruh dan membantu dalam melakukan pengembangan usahanya dan dapat memanfaatkan peluang usahanya serta meminimalisirkan pada setiap ancaman usahanya.

Pada saat ini PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA mengalami penurunan atau penjualan yang tidak stabil dalam enam tahun terakhir pada penjualan produknya. Dapat dilihat dari tabel penjualan PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA dari tahun 2016-2021 sebagai berikut.

Tabel I. 2 Data Penjualan Power Bumi PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA

No	Tahun	Jumlah
1	2016	1541
2	2017	5319
3	2018	3031
4	2019	4640
5	2020	5639
6	2021	5511



Gambar I. 2 Grafik Penjualan

Berdasarkan hasil pengamatan dengan permasalahan diatas yaitu dalam enam tahun terakhir PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA mengalami penurunan pada penjualan atau penjualan yang tidak stabil maka perlu dilakukan penerapan strategi bisnis dalam upaya meningkatkan penjualannya.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana kondisi bisnis pupuk saat ini baik secara mikro maupun secara makro pada PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA?
- Bagaimana posisi bisnis pada PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA saat ini?
- Bagaimana strategi bisnis pada PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA dengan menggunakan QSPM?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk dapat mengetahui kondisi bisnis pada PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA saat ini
- b. Melakukan pemetaan posisi bisnis pada PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA
- c. Untuk mengetahui strategi bisnis PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA dengan menggunakan QSPM

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari perolehan hasil penelitian di PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA sebagai berikut:

- a. Bagi PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA
Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam membuat formulasi strategi bisnis sebagai prioritas utama dengan analisis SWOT dan QSPM guna meningkatkan penjualannya.
- b. Bagi Peneliti
Untuk menambah ilmu, wawasan serta pengalaman dalam penelitian ini.
- c. Bagi Universitas
Sebagai tambahan referensi bagi pembaca atau mahasiswa, serta menjadi acuan perbandingan dalam melakukan penelitian di bidang yang sama bagi yang ingin melanjutkan.

I.5 Batasan

Dengan berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka perlu ditentukannya batasan, agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari topik bahasan yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Adapun batasannya sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Cibingbin Kabupten Kuningan

- b. Observasi yang dilakukan hanya menganalisis strategi bisnis pada faktor internal dan eksternal PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.

I.6 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA berada di Kp. Sumurwiru Desa Sukamaju Kec. Cibingbin Kab. Kuningan – Jawa Barat 45587.

I.7 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika Penulisan yang akan digunakan dalam menyusun laporan tugas akhir adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab satu berisikan pemaparan tentang latar belakang penulisan, rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan dan asumsi, lokasi penelitian, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II

Pada bab dua berisikan pemaparan tentang landasan teori dan tinjauan pustaka dimana teori-teori tersebut sebagai acuan analisis untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini.

BAB III

Pada bab tiga berisikan pemaparan tentang metodologi penelitian yang disusun secara bertahap disertai penjelasan secara rinci yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian atau penulisan tugas akhir ini.

BAB IV

Pada bab empat berisikan tentang pengumpulan data-data yang didapatkan selama penelitian, dimana data-data yang diambil baik secara observasi atau *survey* lapangan dan data dari PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA. Selain itu, pada bab ini berisikan pengolahan data dari hasil data-data yang telah dikumpulkan.

BAB V

Pada bab lima merupakan inti dari pembahasan penulisan tugas akhir yang meliputi analisis dan pembahasan dari data-data yang didapatkan secara

keseluruhan serta perbaikan atau evaluasi untuk mendapatkan prioritas strategi bisnis.

BAB VI

Pada bab enam berisikan kesimpulan yang bertolak ukur pada hasil penelitian yang dilakukan dan saran yang diharapkan akan berguna bagi PT. ZAMRUD BUMI INDONESIA sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi bisnis.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A. S. (2020). *Manajemen Strategis*. Makasar: CV. Nas Media Pustaka.
- Afuah, A. (2004). *Business Models : A Strategic Management Approach*. New York: Mc Graw-Hill.
- Aliansi Organisa Indonesia. (2019). *Statistik Pertanian Organik Indonesia*. Bogor: AOL.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (15 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Dunan, H., Habiburrahman, & Angestu, B. (2020). Analisis Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Penjualan Pada Love Shop Boutique. *Manajemen dan Bisnis Vol. 11 No. 1*, 53-62. Diambil kembali dari <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/jmb/article/view/1537/1670>
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2007). *BISNIS* (8 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Hadisuwito, s. (2012). *Membuat Pupuk Cair*. Jakarta: PT. Ago Media Pustaka.
- Hariadi, B. (2003). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia.
- Hidayat, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Kelokopi dengan SWOT Analysis dan Boston Consulting Group (BCG) (Studi Kasus di Coffee Shop Kelokopi).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswoyo, F., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2020). Analisis Strategi Bisnis Dengan SWOT pada ANA Fashion. *Management 4*, 4. Diambil kembali dari <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/1119/1092>
- Pupuk Indonesia. (2020). *Penyaluran Pupuk Bersubsidi*. Diambil kembali dari www.pupuk-indonesia.com: <https://www.pupuk-indonesia.com/penyaluran>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rijal, M. (2018). Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD. Humaerah Motor Kabupaten Bone. *Management*. Diambil kembali dari https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2369-Full_Text.pdf
- Rizky, M. I. (2019). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus di Toko Braderr Store).
- Sanjaya, A. P. (2020). Analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan mesin diesel (Studi kasus pada Toko Sinar Teknik Kutoarjo).
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sukirno, S. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Supartha, I. N. (2012). *Aplikasi Jenis Pupuk Organik pada Tanaman Padi Sistem Pertanian Organik*. E-jurnal Agroteknologi Tropika.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Zulkarnain. (2010). *Dasar-dasar Holtikultura*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.