

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Bunga Krisan Potong di CV Imunk Flower Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang

Strategy Analysis for the Development of the Cut Chrysanthemum Business at CV Imunk Flower, Bandungan District, Semarang Regency

Tika Lestari Ningsih*, Migie Handayani, Mutia Intan Savitri Herista

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto No. 13, Tembalang, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah

*Email: sltgtika@gmail.com

(Diterima 01-12-2025; Disetujui 21-01-2026)

ABSTRAK

CV. Imunk Flower merupakan perusahaan budidaya bunga krisan di Kecamatan Bandungan yang berdiri sejak 2012 dan resmi menjadi CV pada 2022. Banyaknya petani krisan di wilayah tersebut menyebabkan panen raya dan fluktuasi harga sehingga menjadi tantangan dalam pemasaran. Selain itu, promosi yang masih terbatas serta kurangnya tenaga kerja pada bagian administrasi turut menghambat peningkatan penjualan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pengembangan usaha, menganalisis strategi pengembangan usaha bunga krisan potong, serta menyusun prioritas alternatif strategi pengembangan usaha di CV. Imunk Flower. Penelitian dilaksanakan pada Mei–Juni 2025 di CV. Imunk Flower menggunakan metode studi kasus. Data yang digunakan terdiri dari data primer melalui wawancara dengan kuesioner dan observasi, serta data sekunder dari literatur dan dokumen perusahaan. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan informan yang terdiri dari pemilik, 7 tenaga kerja, supplier saprotan, dan 10 konsumen. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif menggunakan matriks *IFAS*, *EFAS*, *SWOT*, serta analisis *AHP* dengan aplikasi *Super Decisions 2.10*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi perusahaan berdasarkan analisis *SWOT* berada pada kuadran I dengan koordinat (x1,221; y0,638), sehingga diperoleh tiga strategi *SO* yaitu meningkatkan kualitas dan varietas bunga krisan potong, optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar, serta meningkatkan manajemen pemasaran. Analisis *AHP* menunjukkan bahwa strategi prioritas adalah optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar dengan bobot 0,493, sedangkan substrategi paling prioritas adalah penyusunan pola tanam dan panen dengan bobot 0,337.

Kata kunci: *AHP*, bunga krisan, strategi pengembangan usaha, *SWOT*

ABSTRACT

CV. Imunk Flower is a chrysanthemum cultivation company in Bandungan District, established in 2012 and officially registered as a limited partnership (CV) in 2022. The large number of chrysanthemum farmers in the area causes peak harvest periods and price fluctuations, creating marketing challenges. Limited promotion and a shortage of administrative staff also hinder sales performance. This study aims to identify internal and external factors influencing business development, analyze strategies for developing cut-chrysanthemum agribusiness, and determine priority alternative strategies for CV. Imunk Flower. The research was conducted from May to June 2025 using a case study approach. Primary data were obtained through interviews with structured questionnaires and direct observation, while secondary data were collected from literature and company documents. Purposive sampling was used to select informants, consisting of the owner, 7 workers, saprotan suppliers, and 10 consumers. Data were analyzed using descriptive quantitative methods with the IFAS, EFAS, and SWOT matrices, as well as the Analytical Hierarchy Process (AHP) through the Super Decisions 2.10 application. The results show that the company is positioned in Quadrant I based on the SWOT analysis, with coordinates (x1.221; y0.638). Three SO strategies are produced: improving the quality and varieties of cut chrysanthemums, optimizing production and sales during major holidays, and strengthening marketing management. The AHP results indicate that the highest-priority strategy is optimizing production and sales during major holidays (weight 0.493), while the top sub-strategy is developing a structured planting and harvesting schedule (weight 0.337).

Keywords: AHP, chrysanthemum, business development strategy, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan sumber daya alam, khususnya pada sektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini terdiri dari beberapa subsektor, di antaranya tanaman pangan, perkebunan, perhutanan, peternakan, perikanan, dan hortikultura (Syahrindra *et al.*, 2023). Dalam tiga dekade terakhir, subsektor hortikultura khususnya florikultura menjadi salah satu subsektor strategis karena menghasilkan nilai ekonomi yang tinggi. Salah satu komoditas florikultura yang memiliki prospek cerah adalah bunga krisan. Menurut BPS (2023), krisan merupakan tanaman hias potong dengan produksi tertinggi di Indonesia, mencapai 464.604.008 tangkai per tahun. Jawa Tengah merupakan sentra penghasil krisan terbesar kedua di Indonesia setelah Jawa Barat, dengan Kecamatan Bandungan sebagai wilayah produksi utama. Pada tahun 2020, Bandungan mencatat luas panen 1.692.000 m² dengan produksi 121.135.000 tangkai, menjadikannya daerah yang sangat potensial untuk pengembangan agribisnis krisan. Salah satu pelaku usaha di wilayah ini adalah CV. Imunk Flower, yang membudidayakan krisan potong, bibit, dan tanaman pot dengan total 12 greenhouse di lahan seluas 10.000 m². Produk yang dihasilkan telah dipasarkan ke berbagai wilayah di Jawa dan Sulawesi.

Meskipun memiliki potensi yang besar, CV. Imunk Flower menghadapi sejumlah tantangan agribisnis. Banyaknya petani krisan di Bandungan menyebabkan terjadinya panen raya yang memicu fluktuasi harga dan risiko kerugian perusahaan. Pada tahun 2024, harga krisan menurun drastis pada bulan Mei–Juni karena terjadi kelebihan pasokan dan permintaan menurun, namun harga meningkat tajam menjelang bulan Desember akibat tingginya permintaan menjelang hari raya natal dan tahun baru. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh CV. Imunk Flower masih terbatas, dan kekurangan tenaga bagian administrasi menghambat efektivitas pengelolaan usaha. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi pengembangan usaha yang tepat agar perusahaan mampu bersaing serta menjaga keberlanjutan usahanya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pengembangan usaha, menganalisis strategi berdasarkan matriks *SWOT*, serta menyusun prioritas alternatif strategi menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan kinerja agribisnisnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei–Juni 2025 di CV. Imunk Flower yang berlokasi di Dusun Talun, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Bandungan merupakan sentra produksi bunga krisan terbesar di Kabupaten Semarang dan salah satu pusat produksi krisan di Jawa Tengah. CV. Imunk Flower dipilih sebagai objek penelitian karena perusahaan ini menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya, antara lain persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga, promosi yang dilakukan masih terbatas, serta kurangnya tenaga kerja khususnya pada bagian administrasi. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan metode wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi. *Key informan* dalam penelitian ini terdiri atas pemilik perusahaan, 7 tenaga kerja produksi, supplier saprotan, dan 10 konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif menggunakan analisis *SWOT* dan *Analytic Hierarchy Process (AHP)*. Analisis *SWOT* digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Identifikasi tersebut kemudian disusun dalam matriks *IFAS* dan *EFAS* dengan memberikan bobot dan rating terhadap setiap faktor. Hasil penjumlahan skor bobot digunakan untuk menentukan posisi CV. Imunk Flower dalam diagram *SWOT*, yang selanjutnya menjadi dasar penyusunan strategi dalam matriks *SWOT*, meliputi strategi *SO*, *ST*, *WO*, dan *WT*. Analisis *AHP* digunakan untuk menentukan prioritas strategi pengembangan usaha. Analisis *AHP* dilakukan dengan membuat hierarki tujuan, kriteria, dan alternatif strategi, kemudian melakukan perbandingan berpasangan menggunakan skala 1–9 sesuai metode Saaty. Data hasil penilaian kemudian diinput ke dalam aplikasi *Super Decisions* versi 2.10 untuk memperoleh bobot prioritas strategi dan substrategi. Hasil analisis juga dilengkapi dengan uji konsistensi, di mana nilai rasio *inconsistency* yang dapat diterima adalah $\leq 0,1$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan *SWOT* analisis, maka disajikan hasil perhitungan analisis *IFAS* dan *EFAS* yang dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower. Hasil perhitungan matriks *IFAS* dapat dilihat seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil perhitungan matriks *IFAS*

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	CV. Imunk Flower memiliki berbagai jenis bunga krisan.	0,074	3,8	0,282
2	Bunga krisan potong di CV. Imunk Flower memiliki kualitas yang segar dan tahan lama.	0,074	3,8	0,280
3	Pengemasan bunga krisan yang dilakukan sudah sesuai.	0,068	3,9	0,268
4	CV. Imunk Flower memiliki konsumen dari berbagai wilayah di Indonesia.	0,062	3,6	0,222
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang dihasilkan	0,072	3,6	0,261
6	Lokasi perusahaan yang strategis	0,055	2,2	0,122
7	Memiliki akses pendanaan yang baik	0,064	3,3	0,212
8	Memiliki tenaga kerja yang berpengalaman dalam budidaya krisan	0,074	3,7	0,274
9	Tim kerja yang solid	0,073	3,6	0,260
	Subtotal			2,180
Kelemahan				
10	Bunga krisan potong mudah rusak	0,060	2,1	0,127
11	Promosi yang dilakukan CV. Imunk Flower masih kurang menarik.	0,068	2,7	0,186
12	Media promosi yang digunakan masih terbatas	0,066	2,2	0,145
13	Sarana transportasi pengiriman bunga masih terbatas.	0,056	1,8	0,103
14	Pengelolaan keuangan yang kurang optimal	0,064	2,5	0,158
15	Kurangnya SDM khususnya bagian admin	0,070	3,4	0,239
	Subtotal			0,959
	Total			3,139

Sumber: Data primer penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 1, perhitungan *IFAS* diperoleh total skor tertimbang sebesar 3,139, yang menunjukkan bahwa kondisi internal perusahaan berada pada kategori kuat karena nilainya berada di atas standar 2,5. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Nurhayani dan Rosmeli, 2019) bahwa posisi internal dikatakan kuat apabila skor berada di atas 2,5.

Faktor dengan skor tertimbang tertinggi adalah “CV Imunk Flower memiliki berbagai jenis bunga krisan” sebesar 0,282, yang menjadi kekuatan utama perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keberagaman jenis bunga krisan merupakan kekuatan utama perusahaan yang memberikan nilai lebih dalam menarik minat konsumen dan membedakan diri dari kompetitor. Keunggulan ini juga berpotensi mendukung pengembangan produk serta memperluas segmentasi pasar.

Sementara itu, skor tertimbang terendah berasal dari kelemahan “Kurangnya SDM khususnya bagian admin” sebesar 0,239, yang berpotensi menghambat efisiensi kerja dan responsivitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan (Nurfadela dan Anshori, 2025) yang menyatakan bahwa pengelolaan administrasi yang tidak efektif dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti ketidaksesuaian data karyawan, potensi sengketa hubungan kerja, hingga pelanggaran ketentuan ketenagakerjaan. Oleh karena itu, meskipun perusahaan memiliki kekuatan internal yang signifikan, peningkatan kapasitas SDM administrasi tetap diperlukan agar tidak menghambat perkembangan usaha. Selanjutnya hasil perhitungan matriks *EFAS* disajikan pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks *EFAS* pada usaha bunga krisan potong di CV Imunk Flower, diperoleh total skor tertimbang sebesar 3,081, yang menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi eksternal yang kuat dalam memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman karena nilainya berada di atas standar 2,5. Temuan ini sesuai dengan pendapat (Nurhayani dan Rosmeli, 2019) bahwa posisi eksternal dikategorikan kuat apabila nilai skor melebihi 2,5.

Tabel 2. Hasil perhitungan matriks EFAS

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Tersedianya bibit krisan yang unggul	0,084	3,8	0,320
2	Banyaknya peminat bunga krisan potong.	0,084	3,7	0,315
3	Meningkatnya permintaan pada hari-hari besar.	0,088	3,8	0,339
4	Adanya kerja sama antara perusahaan dengan pedagang atau pendekor	0,082	3,6	0,298
5	Tren bunga krisan potong yang semakin populer.	0,091	3,6	0,326
6	Adanya kerjasama dengan lembaga keuangan	0,074	3,5	0,262
	Subtotal			1,860
Ancaman				
7	Perubahan iklim yang mempengaruhi kualitas bunga	0,066	1,8	0,118
8	Fluktuasi harga bahan baku dan biaya produksi	0,064	2,0	0,129
9	Banyaknya petani krisan di Bandungan.	0,083	3,0	0,248
10	Bunga artifisial lebih tahan lama	0,074	3,3	0,246
11	Terdapat hari pantangan yang dapat menurunkan penjualan.	0,068	3,0	0,203
12	Keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha	0,071	1,9	0,139
13	Keterbatasan pelatihan SDM dalam pemasaran	0,069	2,0	0,138
	Subtotal			1,222
	Total			3,081

Sumber: Data primer penelitian, 2025

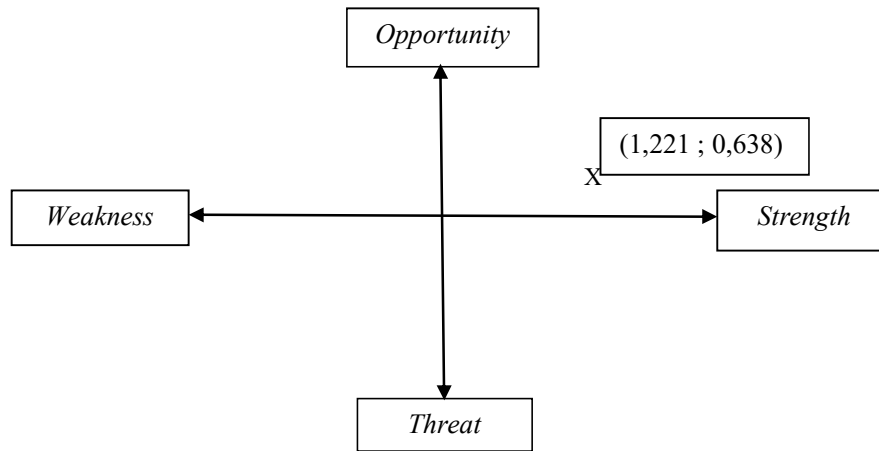
Peluang utama perusahaan adalah “Meningkatnya permintaan pada hari-hari besar” dengan skor tertimbang tertinggi 0,339, yang menunjukkan bahwa momen seperti hari raya dan perayaan besar merupakan pasar potensial yang perlu dioptimalkan. (Purnamasari *et al.*, 2022) menyatakan bahwa keunggulan usahatani bunga krisan potong yaitu memiliki karakteristik yang mudah dibudidayakan dengan masa panen yang relatif singkat serta waktu panen yang dapat diatur sesuai permintaan pasar, yang biasanya meningkat pada momen-momen tertentu seperti hari besar keagamaan, peringatan nasional, pernikahan, dan berbagai acara perayaan lainnya.

Sementara itu, ancaman utama adalah “Banyaknya petani krisan di Bandungan” dengan skor tertimbang 0,248, yang mencerminkan tingginya tingkat persaingan di wilayah tersebut. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk memiliki strategi diferensiasi dan keunggulan kompetitif agar dapat mempertahankan pangsa pasar. Selanjutnya dilakukan Pengukuran analisis matriks *SWOT* digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Asmini *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa matriks *SWOT* digunakan sebagai alat untuk merumuskan berbagai alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan suatu usaha. Selanjutnya dilakukan perhitungan matriks *SWOT* untuk penentuan diagram yang diperoleh dari hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal, dengan hasil untuk masing-masing faktor sebagai berikut:

1. Skor untuk faktor kekuatan = 2,180
2. Skor untuk faktor kelemahan = 0,959
3. Skor untuk faktor peluang = 1,860
4. Skor untuk faktor ancaman = 1,222

Hasil yang telah diperoleh dari subtotal faktor internal dan eksternal kemudian diolah lebih lanjut untuk menentukan posisi koordinat pada diagram *SWOT*. Perhitungan dilakukan dengan cara mengurangkan skor kekuatan dan kelemahan untuk sumbu X, serta skor peluang dan ancaman untuk sumbu Y. Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh nilai sebagai berikut:

- a. Sumbu X sebesar $2,180 - 0,959 = 1,221$
- b. Sumbu Y sebesar $1,860 - 1,222 = 0,638$



Gambar 1. Diagram *SWOT*

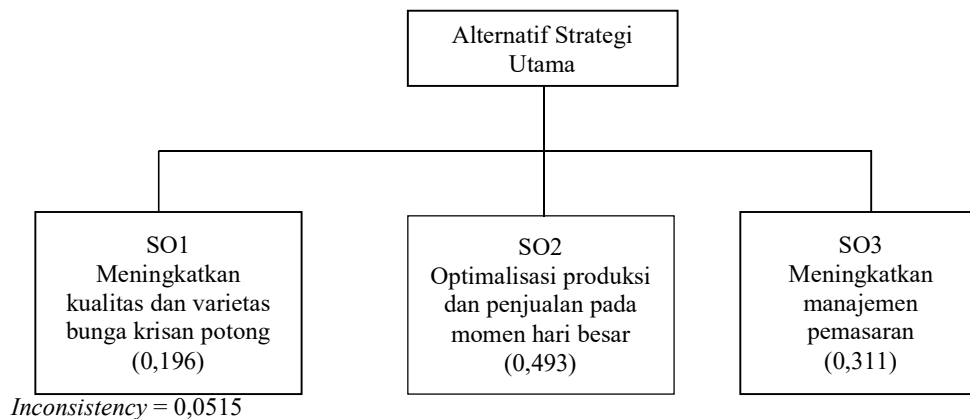
Berdasarkan nilai koordinat *SWOT* (1,221; 0,638), CV. Imunk Flower berada pada Kuadran I (*Strength–Opportunity*), yang menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan yang lebih dominan dibanding kelemahan, serta peluang yang lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Hal ini sejalan dengan pendapat (Aji dan Rohmah, 2025), yang menyatakan bahwa perusahaan yang berada pada kuadran I dalam matriks *SWOT* berada pada posisi paling menguntungkan. Kondisi ini menuntut penerapan strategi agresif. Strategi ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan usaha secara optimal melalui pemanfaatan kekuatan internal seperti variasi produk, kualitas bunga, dan lokasi strategis untuk memanfaatkan peluang seperti meningkatnya permintaan pasar dan potensi kerja sama, sehingga dapat mendorong pengembangan usaha secara lebih kompetitif. Hal ini sesuai dengan pendapat (Wahyuni dan Prabowo, 2024), yang menyatakan bahwa strategi agresif dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang sebaik mungkin. Formulasi strategi hasil penggabungan antara *Strength* dan *Opportunity* dapat dilihat pada Gambar 2.

Faktor strategi eksternal	<p><i>Strength</i> (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CV. Imunk Flower memiliki berbagai jenis bunga krisan. 2. Bunga krisan potong di CV. Imunk Flower memiliki kualitas yang segar dan tahan lama. 3. Pengemasan bunga krisan yang dilakukan sudah sesuai. 4. CV. Imunk Flower memiliki konsumen dari berbagai wilayah di Indonesia. 5. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang dihasilkan. 6. Lokasi perusahaan yang strategis. 7. Memiliki akses pendanaan yang baik. 8. Memiliki tenaga kerja yang berpengalaman dalam budidaya krisan. 9. Tim kerja yang solid.
Faktor strategi internal	<p><i>Opportunity</i> (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedianya bibit krisan yang unggul. 2. Banyaknya peminat bunga krisan potong. 3. Meningkatnya permintaan pada hari-hari besar. 4. Adanya kerjasama antara perusahaan dengan pedagang atau pendekor. 5. Tren bunga krisan potong yang semakin populer. 6. Adanya kerja sama dengan lembaga keuangan <p>Strategi <i>SO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan varietas bunga krisan potong 2. Optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar 3. Meningkatkan manajemen pemasaran

Gambar 2. Hasil Analisis Matriks *SWOT*

Hasil penggabungan antara faktor kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), diperoleh strategi yang dapat diformulasikan dan diterapkan oleh CV. Imunk Flower. Strategi ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam menentukan langkah pengembangan usaha ke depan, yang diantaranya yaitu meningkatkan kualitas dan varietas bunga krisan potong, optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar, dan meningkatkan manajemen pemasaran.

Strategi pengembangan usaha yang dihasilkan dari analisis matriks *SWOT* tidak semuanya dapat dilaksanakan secara bersamaan, sehingga diperlukan penentuan urutan prioritas agar strategi sesuai dengan kondisi sumber daya dan peluang perusahaan. Oleh karena itu, metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* digunakan untuk menentukan prioritas strategi pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower. Hal ini sesuai dengan pendapat (Satria *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa *AHP* digunakan dalam penentuan prioritas strategi pengambilan keputusan berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang ada. Berikut hasil perhitungan dengan *AHP* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Alternatif Strategi Utama

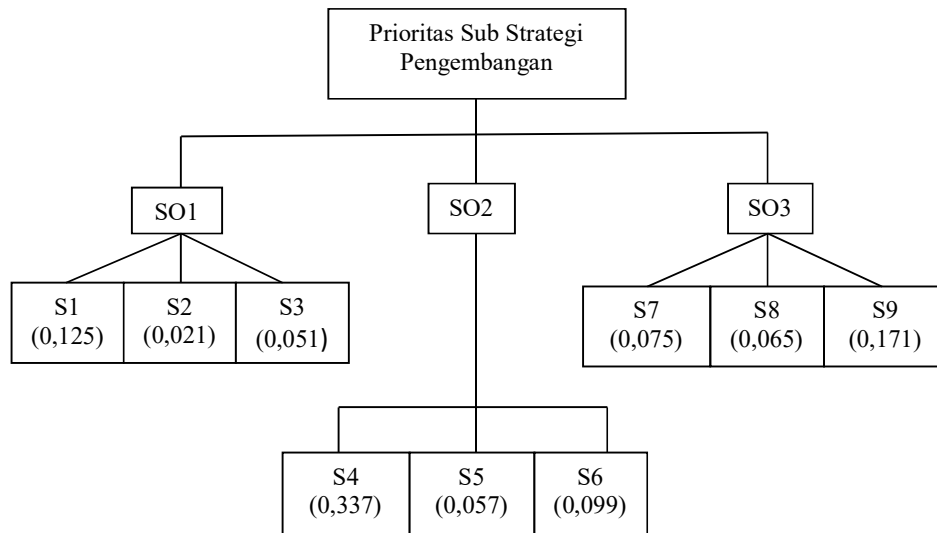
Berdasarkan hasil analisis *AHP*, diperoleh nilai *Inconsistency* sebesar 0,0515 berada di bawah batas maksimum 0,10, menunjukkan bahwa penilaian responden konsisten dan hasil *AHP* dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan (Purwanto *et al.*, 2023). Hasil analisis ini menjadi dasar dalam menentukan prioritas strategi pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower.

Prioritas utama adalah optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar dengan bobot 0,493. Strategi ini menjadi yang paling penting karena permintaan bunga krisan tidak merata sepanjang tahun, melainkan meningkat signifikan pada periode tertentu seperti hari raya keagamaan, musim pernikahan, dan berbagai acara perayaan. Penyesuaian kapasitas produksi dan aktivitas penjualan sesuai momentum pasar memungkinkan perusahaan memaksimalkan pendapatan sekaligus meminimalkan risiko kelebihan atau kekurangan pasokan. Dengan strategi ini, CV. Imunk Flower dapat menjaga kelangsungan usaha, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing di pasar yang fluktuatif (Purnamasari *et al.*, 2022).

Prioritas kedua adalah meningkatkan manajemen pemasaran dengan bobot 0,311. Strategi ini menjadi penting karena kesuksesan usaha tidak hanya ditentukan oleh produksi, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan mengelola pemasaran secara terpadu. Melalui manajemen pemasaran yang baik, CV. Imunk Flower dapat merencanakan promosi, distribusi, dan strategi penjualan yang tepat, menyesuaikan produk dengan tren permintaan pasar, serta membangun citra dan daya saing produk (Asir *et al.*, 2022). Penerapan strategi ini akan mendukung stabilitas penjualan, perluasan pasar, dan optimalisasi penggunaan sumber daya perusahaan.

Prioritas ketiga adalah meningkatkan kualitas dan varietas bunga krisan potong dengan bobot 0,196. Strategi ini penting untuk memenuhi preferensi konsumen yang mengutamakan bunga segar, tahan lama, dan bervariasi. Peningkatan kualitas dan keberagaman varietas produk tidak hanya memperluas segmen pasar dan meningkatkan nilai tambah, tetapi juga memperkuat posisi CV. Imunk Flower di pasar yang kompetitif. Strategi ini juga mendukung keberlanjutan usaha melalui konsistensi pasokan produk berkualitas, membangun kepercayaan pelanggan, dan menjaga loyalitas mitra dagang (Rizal *et al.*, 2021). Setiap strategi *SO* tersebut memiliki tiga alternatif sub strategi yang kemudian dianalisis secara keseluruhan menggunakan *AHP* untuk menentukan prioritas dan bobot masing-masing

substrategi, sehingga penentuan langkah pengembangan usaha menjadi lebih sistematis dan terukuSelanjutnya prioritas keseluruhan substrategi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Prioritas Sub Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis AHP dari sembilan substrategi dalam tiga sub strategi, prioritas tertinggi adalah S4 (menyusun pola tanam dan panen) dengan bobot 0,337, diikuti S9 (memperluas wilayah pemasaran) 0,171, dan S1 (memanfaatkan bibit unggul) 0,125.

Prioritas utama, menyusun pola tanam dan panen, menjadi strategi yang paling penting karena keberhasilan budidaya bunga krisan di Kecamatan Bandung sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim, jadwal tanam, dan pola panen yang diterapkan petani. Ketidakteraturan jadwal tanam dan panen sering menimbulkan fluktuasi pasokan, di mana panen raya terjadi bersamaan sehingga harga jual turun drastis, sementara pada periode permintaan tinggi pasokan justru terbatas. Dengan pengaturan pola tanam dan panen yang sistematis, CV. Imunk Flower dapat menjaga kestabilan pasokan bunga krisan, memaksimalkan efisiensi penggunaan lahan dan tenaga kerja, mengurangi risiko kerugian akibat produk yang tidak terserap pasar, serta memudahkan perencanaan distribusi dan pemasaran. Strategi ini memperkuat posisi perusahaan di pasar lokal dan mendukung ekspansi ke pasar baru dengan pasokan yang lebih konsisten (Surmaini dan Syahbuddin, 2016).

Prioritas kedua adalah memperluas wilayah pemasaran. Selama ini penjualan CV. Imunk Flower masih dominan di Pasar Bunga Bandung dan beberapa pelanggan luar pasar, namun pola tersebut masih bersifat insidental. Tingginya jumlah petani krisan di Bandung membuat persaingan ketat dan harga jual sangat dipengaruhi mekanisme pasar lokal. Strategi perluasan wilayah pemasaran bertujuan untuk membangun jaringan pelanggan tetap di luar wilayah Bandung, meningkatkan stabilitas distribusi, mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang kompetitif, serta memperkuat posisi tawar dan daya saing jangka panjang (Fransisca *et al.*, 2025).

Prioritas ketiga adalah pemanfaatan bibit unggul. Bibit berkualitas tinggi menjadi faktor utama dalam menentukan mutu bunga krisan, meliputi ukuran, warna, keseragaman pertumbuhan, ketahanan pascapanen, dan produktivitas tanaman. Penggunaan bibit unggul memungkinkan perusahaan menghasilkan produk sesuai standar pasar, menjaga konsistensi pasokan, meningkatkan efisiensi budidaya, serta memperkuat citra dan kepercayaan konsumen. Tanaman dari bibit unggul juga lebih tahan terhadap hama dan penyakit, sehingga risiko kerugian dapat diminimalkan, dan pasokan dapat dipenuhi secara berkesinambungan, terutama pada periode permintaan tinggi. Strategi ini mendukung keberlanjutan usaha dan menjadi landasan penting dalam pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower dan pemasaran sebagai kunci keberlanjutan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower (Salsabila *et al.*, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa CV. Imunk Flower berada dalam posisi internal yang kuat, ditandai dengan keberagaman jenis bunga krisan sebagai kekuatan utama, meskipun masih memiliki kelemahan pada keterbatasan SDM administrasi. Dari sisi eksternal, perusahaan memiliki peluang terbesar dari meningkatnya permintaan pada hari-hari besar, sedangkan ancaman utama berasal dari tingginya jumlah petani krisan di Bandungan. Analisis *SWOT* menempatkan perusahaan pada Kuadran I (Strategi SO), yang menunjukkan posisi kuat dan berpeluang sehingga memerlukan penerapan strategi agresif dengan memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi SO yang dapat diterapkan meliputi optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar, peningkatan manajemen pemasaran, serta peningkatan kualitas dan varietas bunga krisan potong. Selanjutnya, analisis *AHP* terhadap strategi dan sub-strategi menunjukkan prioritas utama pada optimalisasi produksi dan penjualan pada momen hari besar, diikuti oleh peningkatan manajemen pemasaran, serta peningkatan kualitas dan varietas bunga krisan potong. Pada tingkat substrategi, prioritas diberikan pada penyusunan pola tanam dan panen, memperluas wilayah pemasaran, dan pemanfaatan bibit unggul sebagai strategi pendukung untuk memperkuat keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, T. S., & Rohmah, S. A. 2025. Pendekatan SWOT dalam Merancang Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Kompos Ko-Sulastri. *J. Pertanian Berkelanjutan*. 3(2): 48-54. <https://doi.org/10.56211/tabela.v3i2.1102>
- Asir, M., Rahmi, R., Asir, A. I., Yuliani, N. F., & Rachman, S. 2022. Implementasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan komoditas tanaman cabai di Kabupaten Sinjai. *J. Penelitian Pendidikan Indonesia*. 8(4): 964-976. <https://doi.org/10.29210/020222351>
- Badan Pusat Statistik 2023. Produksi tanaman florikultura (hias) 2021-2023. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Syahrindra, A., Ekowati, T., & Prastiwi, W. D. 2023. Analisis trend dan peramalan produk domestik regional bruto sektor pertanian Provinsi Jawa Tengah. *J. Litbang Provinsi Jawa Tengah*. 21(1): 21-34. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v21i1.988>
- Nurfadela, S. D., & Anshori, M. I. 2025. Efektivitas Administrasi PKWT dalam Pengelolaan Data Karyawan di PT Wijaya Kusumo Joyo Mulyo. *J. Manajemen dan Akuntansi*. 5(2): 640-651. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i2.2526>
- Purnamasari, R. T., Wahyuni, H., & Hidayanto, F. 2022. Pemanfaatan Limbah Bunga Krisan (*Chrysanthemum sp.*) Sebagai Bahan Tambahan Produksi Sabun Cair Di Kabupaten Pasuruan. *J. Minda Baharu*. 6(1): 10-19. <https://doi.org/10.33373/jmb.v6i1.3492>
- Satria, J., Falatehan, A. F., & Beik, I. S. 2024. Strategi Keberlanjutan Dalam Mempertahankan Lahan Pertanian Pangan Di Kabupaten Bogor. *J. Manajemen Pembangunan Daerah*. 12(1): 49-55. https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v12i1.55609
- Purwanto, M. Q., Dewanti, A. N., Pratomo, R. A., & Syafitri, E. D. 2023. Analisis Faktor Penentu Potensi LP2B Menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP) Berdasarkan Persepsi Stakeholder (Studi Kasus: Kota Samarinda). *Spatial Development Journal*. 2(3): 38-49. <https://doi.org/10.35718/compact.v2i3.1067>
- Rizal, A. N., Lisarini, E., & Argadinata, M. I. 2021. Tingkat kesukaan konsumen pada atribut bunga krisan di Desa Cibodas, Cipanas. *J. Agrita*, 3(1). 55-70. <https://doi.org/10.35194/agri.v3i1.1585>
- Surmaini, E., & Syahbuddin, H. (2016). Kriteria awal musim tanam: Tinjauan prediksi waktu tanam padi di Indonesia. *J. Litbang Pertanian*. 35(2): 47-56. <https://doi.org/10.21082/jp3.v35n2.2016.p47-56>
- Fransisca, F., Setiadi, A., & Mariyono, J. (2025). Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Petani Terhadap Pemasaran Digital Bunga Krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 11(2): 3365-3375. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i2.19031>

- Salsabilla, N. A., Tiara, D., Maulida, D., & Erfa, L. 2024. Respon Asal Bibit Setek Dan Jenis Media Tanam Terhadap Pertumbuhan Tanaman Krisan (*Chrysanthemum Sp.*) Var. Armita Pada Tahap Aklimatisasi. *Journal of Horticulture Production Technology*. 2(2): 81-89. <https://doi.org/10.25181/jhpt.v2i2.3729>
- Wiyono, S., Suryaningsih, A. S., dan Pratiwi, A. W. 2023. Keefektifan galur pgr dalam pengendalian penyakit karat putih dan peningkatan pertumbuhan tanaman krisan. *J. Fitopatologi Indonesia*. <https://doi.org/10.14692/jfi.19.1.11-18>