

---

## Analisis Model Bisnis Canvas Sebagai Strategi Bisnis di CV Sidomulyo Orchid Kabupaten Magelang

Indah Nur Aini<sup>1\*</sup>, Didik Widiyantono<sup>2</sup>, Dyah Panuntun Utami<sup>3</sup>

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Purworejo  
Email: nurainiiindah171@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Merumuskan analisis model bisnis berbasis *Business Model Canvas* (BMC) yang dijalankan CV Sidomulyo Orchid. 2) Merumuskan hasil analisis faktor IFAS CV Sidomulyo Orchid berdasarkan analisis BMC. 3) Merumuskan hasil analisis faktor EFAS CV Sidomulyo Orchid berdasarkan analisis BMC. 4) Merumuskan strategi bisnis CV Sidomulyo Orchid berdasarkan analisis SWOT. 5) Merumuskan alternatif strategi bisnis CV Sidomulyo Orchid berdasarkan analisis QSPM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Metode penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Metode analisis data menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), Analisis SWOT, dan Analisis QSPM. Hasil penelitian menunjukkan analisis *Business Model Canvas* di CV Sidomulyo Orchid sudah dilakukan pada 9 elemen, namun terdapat beberapa kelemahan yang ada dalam *Business Model Canvas* yang diterapkan oleh CV Sidomulyo Orchid. Kelemahan tersebut terdapat pada *key partners*, *channels*, dan *key resources*. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam strategi bisnis di CV Sidomulyo Orchid yaitu melakukan pelatihan tentang pembudidayaan bibit tanaman anggrek dengan nilai TAS yaitu 6,67, meningkatkan promosi tanaman anggrek melalui media social, dan *marketplace* dengan nilai TAS yaitu 6,59, dan memperluas pemasaran melalui *online* seperti *marketplace* dengan nilai TAS yaitu 6,36.

Kata Kunci: *BMC*, *strategi bisnis*, *SWOT*, *QSPM*

### ABSTRACT

*This research aims to: 1) Formulate an analysis of the Business Model Canvas (BMC) based business model run by CV Sidomulyo Orchid. 2) Formulate the results of the IFAS CV Sidomulyo Orchid factor analysis based on BMC analysis. 3) Formulate the results of the EFAS CV Sidomulyo Orchid factor analysis based on BMC analysis. 4) Formulate CV Sidomulyo Orchid's business strategy based on SWOT analysis. 5) Formulate alternative business strategies for CV Sidomulyo Orchid based on QSPM analysis. The research method used in this research is descriptive qualitative. The method for determining the research location was carried out deliberately (purposive sampling). Data analysis methods use Business*

*Model Canvas (BMC), SWOT Analysis, and QSPM Analysis. The research results show that the Business Model Canvas analysis at CV Sidomulyo Orchid has been carried out on 9 elements, however, there are several weaknesses in the Business Model Canvas implemented by CV Sidomulyo Orchid. These weaknesses are found in key partners, channels, and key resources. Priority strategies that can be applied in the business strategy at CV Sidomulyo Orchid are conducting training on cultivating orchid seeds with a TAS value of 6.67, increasing product promotion through social media, and marketplaces with a TAS value of 6.59, and expanding marketing online. such as a marketplace with a TAS value of 6.36.*

*Keywords: BMC, business strategy, SWOT, QSPM*

## I. PENDAHULUAN

Tanaman anggrek merupakan tanaman hias yang mempunyai 25.000-30.000 spesies di dunia. Keindahan dan kecantikan bunganya membuat tanaman ini disebut “*queen of flower*” (Kasutjaningati dan Irawan, 2013). Anggrek termasuk dalam family *Orchidaceae*, merupakan salah satu kelompok terbesar diantara kelompok tumbuhan lainnya di dunia.

Anggrek merupakan salah satu tanaman hias yang termasuk ke dalam famili *Orchidaceae* yang banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki nilai ekonomi tinggi, bentuk yang unik, warna yang menarik, dan daya tahan kemekaran bunga yang lebih lama dibanding bunga potong komersil lainnya (Pranata, 2015). Tanaman hias yang sampai saat ini banyak dimintai dibanding jenis tanaman hias lainnya yaitu tanaman anggrek. *Phalaenopsis* adalah lebih dari 75% semua jenis anggrek yang paling banyak diperdagangkan. Tanaman hias anggrek diperdagangkan karena memiliki peluang yang sangat besar. Banyak perusahaan yang memperdagangkan anggrek dan sudah berkembag sangat pesat sampai saat ini. Perusahaan dapat berkembang dengan pesat dengan menerapkan strategi bisnis. Strategi bisnis perusahaan disusun agar lebih efektif menggunakan model bisnis.

Pengertian model bisnis jika dikaitkan berdasarkan strategi bisnis adalah gambaran hubungan antara keunggulan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengakusisi dan menciptakan nilai yang membuat perusahaan mampu menghasilkan laba. Pengertian model bisnis jika dikaitkan berdasarkan strategi bisnis adalah gambaran hubungan antara keunggulan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan

untuk mengakuisisi dan menciptakan nilai yang membuat perusahaan mampu menghasilkan laba (Tjitardi, 2015).

Model bisnis yang efektif untuk diterapkan dalam perusahaan yaitu *business model canvas*. *Business Model Canvas* merupakan sebuah strategi manajemen yang digunakan untuk membantu merancang sebuah perencanaan bisnis perusahaan (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Model bisnis ini juga sering digunakan di perusahaan yang baru dirintis maupun perusahaan yang sudah lama berjalan. Berdasarkan data dari (Badan Pusat Statistik, 2023) salah satu Kecamatan penghasil tanaman hias anggrek tertinggi di Kabupaten Magelang yaitu dari Kecamatan Candimulyo yang memiliki hasil produksi tanaman anggrek sebanyak 40.130 tangkai. Berdasarkan Dinas UMKM Kabupaten Magelang, perusahaan yang bergerak dibidang tanaman hias anggrek yaitu CV Sidomulyo Orchid yang berada di Kecamatan Candimulyo, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Perusahaan ini menjadi salah satu CV yang terkenal di berbagai daerah karena unggul akan kualitasnya memiliki jangkauan pasar yang luas, dan unggul dalam penggunaan sosial media.

CV Sidomulyo Orchid yang berada di Desa Sidomulyo Kecamatan Candimulyo, Kabupaten Magelang. CV Sidomulyo Orchid Merupakan CV yang menjual berbagai jenis tanaman anggrek dan terkenal akan kualitasnya. Permasalahan yang dihadapi oleh CV Sidomulyo Orchid yaitu bagaimana bisnis yang dijalankan selama ini dapat bersaing dipasaran. CV Sidomulyo Orchid seharusnya memiliki model bisnis yang mampu untuk menjawab tujuan perusahaan dan memiliki strategi yang seharusnya dapat dikembangkan lebih baik lagi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan suatu penelitian tentang strategi bisnis yang dapat dilakukan oleh CV Sidomulyo Orchid, dan bagaimana suatu perusahaan dapat memprediksi peluang pasar yang sesuai bagi perusahaannya. Sehingga CV Sidomulyo Orchid dapat mengembangkan produknya dengan baik dalam memanfaatkan peluang pasar di lingkungan yang sesuai dan dapat mengurangi permasalahan yang ada diperusahaan dalam persaingan yang sangat ketat.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu Januari sampai dengan Juni 2024. Tempat penelitian dilakukan di CV Sidomulyo Orchid Kabupaten Magelang. Metode penentuan lokasi penelitian yaitu *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) *purposive sampling* adalah proses pengambilan sampel sumber data dengan alasan tertentu. Pertimbangan pemilihan lokasi karena telah berdiri sejak tahun 2017 dan sudah banyak dikenal dengan kualitas yang unggul, dan memiliki jangkauan pasar yang luas. Sampel penelitian berjumlah 5 orang yaitu pemilik, penanggungjawab kebun, bagian pemasaran, bagian keuangan dan toko dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis *Business Model Canvas*, analisis SWOT, dan QSPM. Menurut (Osterwalder dan Pigneur, 2010) *Business Model Canvas* dapat dijelaskan dengan baik melalui sembilan blok bangun dasar yang memperlihatkan cara pikerkir tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang. Sembilan blok bangun tersebut yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships* dan *cost structure*. Menurut (Rachmat, 2014), analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2014). Menurut (Fahmi, 2013), untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT. Matriks QSPM merupakan sebuah matriks yang digunakan untuk menganalisis berbagai alternatif strategi yang tersedia untuk mendapatkan strategi prioritas. Alternatif strategi yang dianalisis pada tahap ini adalah strategi yang sudah dihasilkan dalam perumusan melalui analisis sebelumnya dengan memadukan faktor internal dan eksternal (Setyorini, 2017). Nilai yang semakin tinggi menunjukkan semakin menarik strategi tersebut. Besarnya perbedaan diantara jumlah total nilai daya tarik dalam suatu rangkaian strategi alternatif menunjukkan tingkat relatif diminatnya

suatu strategi daripada yang lain (David, 2011). Pengumpulan data dengan wawancara, observasi, kajian pustaka, dan dokumentasi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Business Model Canvas (BMC)

<p><b>Key Partners</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjual bibit anggrek: Willis Agrolestari, Anggrek Nambangan, Luna Orchid, Dede Orchid, Simanis Orchid</li> <li>Penjual pupuk tanaman hias: Eka Karya, Anggrek Nambangan.</li> <li>Penjual kebutuhan media tanam anggrek, pot, kardus packing dan tray: Eka Karya.</li> <li>Supermarket: Artos Mall</li> <li>Agen dan distributor tanaman anggrek: Anggrek Nambangan,</li> </ul>	<p><b>Key Activites</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pembelian bibit anggrek</li> <li>Budidaya tanaman anggrek</li> <li>Penjualan tanaman anggrek</li> <li>Promosi tanaman anggrek</li> <li>Pelatihan perawatan tanaman anggrek</li> </ul>	<p><b>Value Propositions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tanaman anggrek yang berkualitas</li> <li>Harga yang bervariasi mulai dari Rp.40.000-Rp.2.000.000</li> <li>Menyediakan berbagai jenis anggrek</li> </ul>	<p><b>Customer Relationship</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menawarkan harga promo untuk <i>reseller</i>.</li> <li><i>Give away</i> (pemberian tanaman anggrek gratis)</li> <li>Memberikan pelayanan yang terbaik (bersikap ramah, dapat menerima kritik dan saran, bersikap responsive pada pelanggan)</li> </ul> <p><b>Channels</b></p> <p><i>Online</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Whatsapp: 085328726252</li> <li>Instagram: Sidomulyo Orchid</li> <li>Facebook: Sidomulyo Orchid</li> <li>Blog resmi: <a href="http://www.kebungangrek.com">www.kebungangrek.com</a></li> <li>Shopee: Sidomulyo Orchid</li> </ul> <p><i>Offline</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Toko</li> <li>Expo supermarket</li> </ul>	<p><b>Customer Segment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Reseller</i>: Kecamatan, Candimulyo, Kecamatan Borobudur, Kecamatan Bandongan</li> <li>Pecinta tanaman anggrek.</li> </ul>
<p><b>Cost Structure</b></p> <p>Biaya Tetap</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gaji karyawan</li> <li>Penyusutan alat</li> <li>Biaya pajak</li> </ul>	<p>Biaya Variabel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya promosi dan pemasaran</li> <li>Biaya listrik dan air</li> <li>Biaya pembelian bibit</li> <li>Biaya pembelian media tanam</li> <li>Biaya pembelian pupuk</li> <li>Bonus Karyawan</li> </ul>	<p><b>Revenue Stream</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hasil penjualan tanaman anggrek</li> </ul>		

Gambar 1. Business Model Canvas CV Sidomulyo Orchid

Berdasarkan temuan lapangan yang sudah peneliti lakukan, terdapat beberapa kelemahan yang ada dalam *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid. Kelemahan tersebut terdapat pada *key partners*, *channels*, dan *key resources*. *Key partners* yang menjadi kelemahan yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid yaitu ada pada mitra supermarket, mitra yang ada hanya terdapat satu mitra yaitu supermarket artos mall. *Channels* juga menjadi kelemahan yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid karena kurang dimanfaatkan dengan baik yaitu pada bagian marketplace, marketplace yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid hanya terdapat akun shopee. *Key resources* dari CV Sidomulyo Orchid masih menjadi kelemahan, salah satunya ada dari bagian toko yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid hanya terdapat satu toko penjualan, yang menyebabkan kurang terjangkaunya toko Sidomulyo Orchid oleh masyarakat.

Identifikasi model bisnis menunjukkan bagaimana pengelolaan bisnis CV Sidomulyo Orchid menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai berikut:

1. Mitra kerja utama (*Key Partners*) CV Sidomulyo Orchid diantaranya:
  - a. Willis Agrolestari, Anggrek Nambangan, Luna Orchid, Dede Orchid dan Simanis Orchid sebagai jasa penyediaan bibit anggrek berkualitas.
  - b. Eka Karya, dan Anggrek Nambangan menyediakan berbagai kebutuhan pupuk tanaman anggrek yang dibutuhkan perusahaan dalam perawatan tanaman anggrek yang berkualitas.
  - c. Eka Karya juga menyediakan kebutuhan seperti media tanam, pot, kardus dan tray.
  - d. Mitra kerja perusahaan dengan supermarket Artos Mall yang dapat mengenalkan lebih jauh produk yang ada di CV Sidomulyo Orchid serta promosi dalam pemasaran yang lebih luas.
  - e. Agen dan distributor yang bekerja sama dengan CV Sidomulyo Orchid yaitu ada Anggrek Nambangan.
2. Kegiatan utama yang dilakukan (*Key Activities*) diantaranya:
  - a. Melakukan pembelian bibit anggrek dari beberapa mitra kerja utama CV Sidomulyo Orchid
  - b. Budidaya tanaman anggrek dengan memperhatikan perawatannya agar tanaman anggrek dapat memiliki nilai unggul dan memiliki harga jual yang tinggi.
  - c. CV Sidomulyo Orchid juga melakukan penjualan tanaman anggrek dengan keunggulan dan berbagai jenis tanaman anggrek yang dimiliki perusahaan.
  - d. Kegiatan promosi merupakan suatu aktivitas yang dapat memperluas perusahaan dalam melakukan pemasaran tanaman anggrek yang dapat mengenalkan lebih jauh tanaman anggrek yang ada di perusahaan.
  - e. Selanjutnya aktivitas kunci adalah pelatihan perawatan tanaman anggrek yang dilakukan khususnya tingkat SMK atau sederajat, dan mahasiswa

yang kegiatannya budidaya perawatan tanaman anggrek baik seperti memperhatikan penanaman, penyiraman maupun pemupukan.

3. Sumber daya utama yang dimiliki (Key Resources)

- a. Toko Sidomulyo Orchid yang merupakan sebuah tempat yang di dalamnya terjadi kegiatan perdagangan dengan jenis produk yang ditawarkan.
- b. Tenaga kerja merupakan asset yang penting karena model bisnis ini memerlukan inovasi dan perlu kreativitas dalam pengembangan produk-produk yang dihasilkan.
- c. *Greenhouse* merupakan lahan budidaya tanaman anggrek yang terdiri dari lima *greenhouse* dengan masing-masing luas yang dimiliki.
- d. Mobil yang menjadi salah satu sarana dalam menjalankan kegiatan CV Sidomulyo Orchid dalam melakukan operasional perusahaan seperti pengangkutan bibit dan pengangkutan tanaman hias sehingga dapat berjalan dengan waktu yang optimal.
- e. Peralatan promosi CV Sidomulyo Orchid yaitu menggunakan alat komunikasi seperti handphone dan computer sebagai sarana promosi agar memudahkan perusahaan melakukan promosi dengan lebih hemat waktu dan dapat dijangkau oleh jaringan yang lebih luas.
- f. Peralatan perawatan tanaman anggrek di CV Sidomulyo Orchid menggunakan alat seperti toren sebagai sarana penyimpanan air guna merawat tanaman anggrek. Untuk itu alat pompa air dan selang digunakan agar lebih efisien waktu pada saat melakukan aktivitas penyiraman dan pemupukan tanaman anggrek.
- g. Sumber daya informasi berupa database yang digunakan untuk menyimpan dan mengelola berbagai jenis informasi yang penting bagi CV Sidomulyo Orchid, seperti data karyawan, data reseller, data produk dan produksi, data penjualan, dan transaksi keuangan.

4. Keunggulan yang ditawarkan (*Value Propositions*) CV Sidomulyo Orchid diantaranya:
  - a. Tanaman anggrek berkualitas yang dimiliki CV Sidomulyo Orchid memperhatikan perawatan dalam budidaya tanaman anggrek agar dapat menjadi anggrek yang berkualitas unggul.
  - b. Harga yang bervariasi mulai dari Rp. 40.000 merupakan tanaman anggrek dendrobium sampai Rp. 2.000.000 dengan jenis anggrek bulan premium yang memiliki keindahan bunga yang unik.
  - c. Menyediakan berbagai jenis anggrek. Tanaman anggrek yang ada di CV Sidomulyo Orchid terdiri dari kurang lebih 20 jenis tanaman anggrek.
5. Cara menjaga Hubungan dengan Konsumen (*Customer Relationship*) yaitu:
  - a. Menawarkan harga promo untuk reseller yang dilakukan untuk memotivasi pelanggan, sehingga dapat mempertahankan reseller atau meningkatkan penjualan produk tanaman anggrek di CV Sidomulyo Orchid.
  - b. Give Away (pemberian tanaman anggrek gratis), CV Sidomulyo Orchid juga mengadakan give away yang dilakukan pada acara ulang tahun CV Sidomulyo Orchid, dan acara-acara besar seperti Kemerdekaan RI.
  - c. Memberikan pelayanan yang terbaik yaitu dengan bersikap ramah, dapat menerima kritik dan saran melalui whatsapp, serta bersikap responsive terhadap pelanggan untuk menjalin hubungan pelanggan agar tetap setia membeli produk dari perusahaan.
6. Saluran atau Media (*Channels*) yang digunakan untuk menjangkau *Customer Segment* yang digunakan dalam menyampaikan produk Anggrek mencapai target konsumennya, sehingga keunggulan (*value*) perusahaan dapat diterima oleh target konsumen. *Channels* (saluran atau media) yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid dibedakan menjadi dua yaitu *online* dan *offline*. Saluran *online* menggunakan media sosial diantaranya yaitu whatsapp (085328726252), Instagram (Sidomulyo Orchid), facebook (Sidomulyo Orchid), blog resmi (www.kebunanggrek.com), shopee (Sidomulyo Orchid).



Saluran penjualan *offline* melalui toko sidomulyo orchid, dan expo supermarket.

7. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*) CV Sidomulyo Orchid yaitu *reseller* yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid dan pecinta tanaman anggrek.
8. Struktur Biaya (*Cost Structure*) yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh CV Sidomulyo Orchid yaitu diantaranya gaji karyawan, penyusutan alat, biaya pajak dan biaya sewa lahan yang dikeluarkan dalam setiap bulannya. Biaya variabel yang dikeluarkan diantaranya biaya promosi dan pemasaran, biaya listrik dan air, biaya pembelian bibit dan biaya pembelian media tanam, biaya pembelian pupuk, dan bonus karyawan.
9. Arus Pendapatan Usaha (*Revenue Streams*) yang menjadi sumber pendapatan utama dari CV Sidomulyo Orchid yaitu hasil penjualan tanaman anggrek yang mereka miliki saat ini.

## **B. Analisis SWOT**

### **1. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)**

Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam CV Sidomulyo Orchid itu sendiri. Analisis ini dilakukan sebagian dari turunan Business Model Canvas (BMC) yaitu dari *block value proposition*, *key resources*, dan *key partners*. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan di CV Sidomulyo Orchid yaitu tanaman anggrek berkualitas, sudah memiliki peralatan produksi yang lengkap (*greenhouse*, pompa air, *toren air*, blower, dan selang), memiliki banyak mitra, memiliki sumber daya yang mendukung (*sumber daya alam*, *sumber daya modal*, dan *sumber daya manusia*), memiliki distributor tetap.

Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam CV Sidomulyo Orchid itu sendiri. Analisis ini dilakukan sebagian dari turunan Business Model Canvas (BMC) yaitu dari *block channels*, *customer segment*, *key resources*, dan *key activities*. Faktor yang menjadi kelemahan yang terdapat di CV Sidomulyo Orchid yaitu kurang konsisten dalam

melakukan promosi, belum bisa memenuhi selera konsumen, hanya terdapat satu outlet penjualan, tanaman anggrek mudah rusak jika tidak dirawat dengan baik, belum bisa memproduksi bibit sendiri.

Hasil analisis faktor internal yang terdapat di CV Sidomulyo Orchid dapat dilihat dalam table matriks IFAS di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Matriks IFAS

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Tanaman anggrek berkualitas	0,15	4	0,60
2	Sudah memiliki peralatan produksi yang lengkap ( <i>greenhouse</i> , pompa air, toren air, blower, dan selang)	0,13	3,8	0,49
3	Memiliki banyak mitra	0,12	3,4	0,41
4	Memiliki sumber daya yang mendukung (sumber daya alam, sumber daya modal, dan sumber daya manusia)	0,11	4	0,44
5	Memiliki distributor tetap	0,10	3,8	0,38
<b>Kelemahan</b>				
1	Kurang konsisten dalam melakukan promosi	0,07	1,8	0,13
2	Belum bisa memenuhi selera konsumen	0,07	2	0,14
3	Hanya terdapat satu outlet penjualan	0,10	2	0,20
4	Tanaman anggrek mudah rusak jika tidak dirawat dengan baik	0,08	1,6	0,13
5	Belum bisa memproduksi bibit sendiri	0,07	1,4	0,10
Total		1,00		3,02

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS pada Tabel 1. menjelaskan, faktor internal yang menjadi kekuatan utama di CV Sidomulyo Orchid terdapat pada tanaman anggrek yang berkualitas dengan bobot sebesar 0,15, rating 4, dan skor 0,60. Tanaman anggrek yang berkualitas dan telah memiliki sumber daya yang mendukung menjadi kekuatan utama yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid saat ini karena tanaman yang berkualitas dapat menjadi cerminan bagi perusahaan agar dapat bersaing dipasaran. Faktor internal yang menjadi kelemahan utama di CV Sidomulyo Orchid adalah belum bisa memproduksi bibit sendiri yang menjadi kelemahan utama di CV Sidomulyo Orchid dengan bobot 0,07, rating 1,4, dan skor 0,10. Saat ini tanaman anggrek yang ada di CV Sidomulyo Orchid dihasilkan dari bibit

import, karena CV Sidomulyo Orchid belum dapat memproduksi bibit tersebut. Total skor faktor internal kekuatan dan kelemahan adalah 3,02.

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Analisis peluang ini dilakukan sebagian dari turunan Business Model Canvas (BMC) yaitu dari *block customer segment*, *key resources*, dan *channels*. Faktor-faktor yang menjadi peluang bagi CV Sidomulyo Orchid yaitu, peluang pasar tanaman anggrek masih terbuka luas, pengetahuan konsumen dalam memilih tanaman yang berkualitas, berkembangnya teknologi produksi tanaman anggrek, media sosial membantu memperkenalkan tanaman anggrek kepada masyarakat, dan berkembangnya pemasaran melalui media online.

Analisis ancaman ini dilakukan sebagian dari turunan Business Model Canvas (BMC) yaitu dari *block key partners*, *channels*, dan *cost structure*. Faktor-faktor yang menjadi ancaman bagi CV Sidomulyo Orchid yaitu, Harga yang ditawarkan pesaing lebih terjangkau, persaingan dengan usaha sejenis, ketersediaan bibit import yang tidak menentu, menurunnya daya beli konsumen karena harga yang relatif tinggi, dan fluktuasi harga bahan baku

Tabel 2. Hasil Matriks EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Peluang pasar tanaman anggrek masih terbuka luas	0,13	4	0,52
2	Pengetahuan konsumen dalam memilih tanaman yang berkualitas	0,12	3,8	0,46
3	Berkembangnya teknologi produksi tanaman anggrek	0,11	3,4	0,38
4	Media sosial membantu memperkenalkan tanaman anggrek kepada masyarakat	0,12	4	0,48
5	Berkembangnya pemasaran melalui media <i>online</i>	0,12	3,6	0,43
<b>Ancaman</b>				
1	Harga yang ditawarkan pesaing lebih terjangkau	0,10	2	0,20
2	Persaingan dengan usaha sejenis	0,08	2,2	0,18
3	Ketersediaan bibit import yang tidak menentu	0,07	1,6	0,11
4	Menurunnya daya beli konsumen karena harga yang relatif tinggi	0,07	2,4	0,17
5	Fluktuasi harga bahan baku	0,08	1,8	0,14
Total		1,00		3,07

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFAS pada Tabel 2. menjelaskan faktor eksternal yang dapat dijadikan peluang sangat baik oleh CV Sidomulyo Orchid adalah peluang pasar tanaman anggrek yang masih terbuka luas dengan nilai bobot 0,13, rating 4, dan skor 0,52. Peluang pasar tanaman anggrek yang masih terbukaluas ditandai dengan naiknya permintaan pasar yang dapat menjadi peluang bagi CV Sidomulyo Orchid itu sendiri. Faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar adalah ketersediaan bibit import yang tidak menentu dengan nilai bobot 0,07, rating 1,6, dan skor 0,11. Ancaman tersebut menjadi ancaman terbesar bagi CV Sidomulyo Orchid karena jika persediaan bibit mengalami keterlambatan maka proses produksi juga akan berpengaruh terhadap hal tersebut. Total skor faktor eksternal berupa peluang dan ancaman adalah 3,07.

### 3. Matriks IE

Matriks IE didasari oleh 2 dimensi kunci yaitu total rata-rata IFAS pada sumbu X dan total rata-rata EFAS pada sumbu Y. total rata-rata pada sumbu X sebesar 3,02 dan rata-rata pada sumbu Y sebesar 3,07. Perpaduan pada kedua nilai total rata-rata pada IFAS dan EFAS tersebut menunjukkan strategi pada sel 1 yang artinya tumbuh dan bangun.

Berdasarkan hasil tersebut maka alternatif strategi bisnis yang sesuai digunakan adalah matriks SWOT yang dijelaskan dalam table berikut:

Tabel 3. Matriks SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanaman anggrek berkualitas</li> <li>2. Sudah memiliki peralatan produksi yang lengkap (<i>greenhouse</i>, pompa air, toren air, blower, dan selang)</li> <li>3. Memiliki banyak mitra</li> <li>4. Memiliki sumber daya yang mendukung (sumber daya alam, sumber daya modal, dan sumber daya manusia)</li> <li>5. Memiliki distributor tetap</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang konsisten dalam melakukan promosi</li> <li>2. Belum bisa memenuhi selera konsumen</li> <li>3. Hanya terdapat satu outlet penjualan</li> <li>4. Tanaman anggrek mudah rusak jika tidak dirawat dengan baik</li> <li>5. Belum bisa memproduksi bibit sendiri</li> </ol>
<p><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peluang pasar tanaman anggrek masih terbuka luas</li> <li>2. Pengetahuan konsumen dalam memilih tanaman yang berkualitas</li> <li>3. Berkembangnya teknologi produksi tanaman anggrek</li> <li>4. Media sosial membantu memperkenalkan tanaman anggrek kepada masyarakat</li> <li>5. Berkembangnya pemasaran melalui media <i>online</i></li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga dan mempertahankan kualitas tanaman anggrek (S1,S2,S4,O1,O2,O4,O5)</li> <li>2. Memperluas pemasaran secara <i>online</i> melalui <i>marketplace</i> (S1,S4,O1,O4,O5)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan promosi tanaman anggrek melalui media sosial, dan <i>marketplace</i> (W1,W3,O1,O4,O5)</li> <li>2. Memperluas pemasaran secara <i>offline</i> seperti mengikuti pameran tanaman hias (W2,W3.O1,O4)</li> </ol>
<p><b>Ancaman (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang ditawarkan pesaing lebih terjangkau</li> <li>2. Persaingan dengan usaha sejenis</li> <li>3. Ketersediaan bibit import yang tidak menentu</li> <li>4. Menurunnya daya beli konsumen karena harga yang relatif tinggi</li> <li>5. Fluktuasi harga bahan baku</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan aktivitas perawatan tanaman anggrek agar meningkatkan hasil produksi (S1,S2,S4,T1,T3,T5)</li> <li>2. Melakukan <i>branding</i> dalam meningkatkan image perusahaan dan tanamn yang dimiliki CV Sidomulyo Orchid melalui media social yang dimiliki (S1,S4,T1,T2,T4)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pelatihan tentang pembudidayaan bibit tanaman anggrek untuk karyawan bagian pengelola kebun (W2,W5,T1,T3,T5)</li> <li>2. Menjaga hubungan terhadap pelanggan dengan cara memberikan potongan harga (W1,W2T1,T2,T4)</li> </ol>

Sumber: Analisis Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 20. Matriks SWOT diperoleh strategi yang dapat diaplikasikan sebagai alternatif strategi bisnis di CV Sidomulyo Orchid.

Berikut ini adalah alternatif strategi yang dapat digunakan sebagai strategi bisnis:

- a. Strategi S - O: Menjaga dan mempertahankan kualitas tanaman anggrek (S1,S2,S4,O1,O2,O4,O5), dan Memperluas pemasaran melalui *online* seperti *marketplace* (S1,S4,O1,O4,O5).
- b. Strategi W – O: Meningkatkan promosi tanaman anggrek melalui media sosial, dan *marketplace* (W1, W3, O1, O4, O5), dan Memperluas pemasaran secara *offline* seperti mengikuti pameran tanaman hias (W2, W3. O1, O4).
- c. Strategi S – T: Memaksimalkan aktivitas perawatan tanaman anggrek agar meningkatkan hasil produksi (S1, S2, S4, T1, T3, T5), dan Melakukan *branding* dalam meningkatkan image perusahaan dan tanamn yang dimiliki CV Sidomulyo Orchid melalui media sosial yang dimiliki (S1,S4,T1,T2,T4).
- d. Strategi W – T: Melakukan pelatihan tentang pembudidayaan bibit tanaman anggrek untuk karyawan bagian pengelola kebun (W2, W5, T1, T3, T5), dan Menjaga hubungan terhadap pelanggan dengan cara memberikan potongan harga (W1,W2T1,T2,T4).

### C. Analisis Matriks QSPM

Berdasarkan hasil perhitungan analisis QSPM yang memadukan antara analiaia BMC dan SWOT telah didapat 3 alternatif strategi dengan perolehan nilai TAS tertinggi, yaitu:

1. Alternatif 1: Melakukan pelatihan tentang pembudidayaan bibit tanaman anggrek untuk karyawan bagian pengelola kebun.
2. Alternatif 2: Meningkatkan promosi tanaman anggrek melalui media sosial, dan *marketplace*.
3. Alternatif 3: Memperluas pemasaran melalui *online* seperti *marketplace*.  
Sekor terendah dari alternatif strategi bisnis CV Sidomulyo Orchid yaitu:
4. Alternatif 4: Memaksimalkan aktivitas perawatan tanaman anggrek agar meningkatkan hasil produksi.

5. Alternatif 5: Melakukan *branding* dalam meningkatkan image perusahaan dan tanamn yang dimiliki CV Sidomulyo Orchid melalui media sosial yang dimiliki.
6. Alternatif 6: Memperluas pemasaran secara *offline* seperti mengikuti pameran tanaman hias.
7. Alternatif 7: Menjaga dan mempertahankan kualitas tanaman anggrek.
8. Alternatif 8: Menjaga hubungan terhadap pelanggan dengan cara memberikan potongan harga.

#### IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa dari analisis *Business Model Canvas* terdapat beberapa kelemahan yang ada dalam *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid. Kelemahan tersebut terdapat pada *key partners*, *channels*, dan *key resources*. Hasil perhitungan matriks IFAS yang menjadi kekuatan bagi CV Sidomulyo Orchid yaitu tanaman anggrek yang berkualitas, sedangkan yang menjadi kelemahan yaitu belum bisa memproduksi bibit sendiri. Hasil perhitungan matriks EFAS yang menjadi peluang bagi CV Sidomulyo Orchid yaitu peluang pasar tanaman anggrek yang masih terbuka luas, sedangkan yang menjadi ancaman adalah ketersediaan bibit import yang tidak. Analisis QSPM dengan sekor tertinggi yaitu Melakukan pelatihan tentang pembudidayaan bibit tanaman anggrek untuk karyawan bagian pengelola kebun, meningkatkan promosi tanaman anggrek melalui media sosial, dan marketplace, memperluas pemasaran melalui online seperti marketplace.

CV Sidomulyo Orchid sebaiknya dapat memanfaatkan dan meningkatkan media sosial dan *marketplace* untuk melakukan promosi dan pemasaran secara online dengan cara membuat konten yang menarik. CV Sidomulyo Orchid sebaiknya melakukan pembibitan sendiri agar mengurangi import bibit, dan keterlambatan persediaan bibit. CV Sidomulyo Orchid sebaiknya melakukan peningkatan produksi dengan memanfaatkan dan memaksimalkan lahan yang dimiliki oleh CV Sidomulyo Orchid agar tidak membutuhkan biaya operasional yang besar, sehingga CV Sidomulyo Orchid dapat memenuhi permintaan pasar.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2023*. Jawa Tengah. Diakses dari <https://jateng.bps.go.id/publication/>.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Magelang dalam Angka 2023*. Magelang. Diakses dari <https://magelangkab.bps.go.id/>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concept and Cases*. England: Pearson Education Limited
- Fahmi, M., Baihaqi, A., & Irwan, I. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika ‘Bergendaal Koffie’ di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Agrisep*, Volume 14, Nomor 1, Halaman 28-35. Diakses dari <https://jurnal.unsyiah.ac.id/>.
- Kasutjianingati, K., & Irawan, R. (2013). Media Alternative Perbanyak In-Vitro Angrek Bulan (Phalaenopsis Amabilis). *Jurnal Agroteknos*, Volume 3, Nomor 3, Halaman 184-189. Diakses dari <https://sipora.polije.ac.id/>.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Diakses dari <https://www.inclusivebusiness.net/>.
- Pranata, S. A. (2015). *Perkecambahan Biji Phalaenopsis Amabilis*. Perpustakaan Universitas Airlangga. Diakses dari <https://repository.unair.ac.id/>.
- Rachmat, H. (2014). *Manajemen Strategik*. Cetakan ke-1 Penerbit CV Pustaka Setia. Bandung.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Diakses dari <https://books.google.co.id/>.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, Volume 5, Nomor 1, Halaman 46-53. Diakses dari <https://industria.ub.ac.id/>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjitradi, EC (2015). Evaluasi dan Perancangan Model Bisnis Berdasarkan Model Bisnis Canvas. *Agora*, Volume 3, Nomor 1, Halaman 8-16. Diakses dari [https:// publication.petra.ac.id/](https://publication.petra.ac.id/).