RINGKASAN

YOHANA FARMITA GO (2021310026). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Florikultura Pada CV Telogo Budhoyo Malang. Pembimbing Utama: Cakti Indra Gunawan, SE., MM., Ph.D. Pembimbing Pendamping: Umi Rofiatin, S.P., M.MA.

Produk olahan florikultura memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan berpotensi mendukung pertumbuhan usaha di sektor agroindustri. CV Telogo Budhoyo Malang merupakan usaha yang bergerak dibidang ini dengan fokus pada pengolahan produk florikultura berbasis bunga lokal. Tujuan penelitian ini untuk 1) Menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha pada CV Telogo Budhoyo Malang. 2) Mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi pengembangan yang telah diterapkan pada CV Telogo Budhoyo Malang. 3) Merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat untuk CV Telogo Budhoyo Malang. Metode penelitian yang digunakan Adalah deskriptif, pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara serta analisis menggunakan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Telogo Bhudoyo: 1) Perusahaan memiliki faktor internal yaitu kekuatan pada kualitas produk antara lain desain menarik, pengiriman tepat waktu mampu menyesuikan desaian sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Namun di sisi lain, juga memiliki kelemahan yaitu belum memiliki standar operasional tertulis, pemanfaatan media sosial dan promosi digital belum optimal. Faktor eksternal berupa peluang antara lain permintaan bunga papan yang meningkat dan potensi kerjuasama dengan berbagai instansi. Adapun ancaman antara lain adanya kompetitor yang sejenis. 2) Strategi yang sudah diterapkan oleh perusahaan antara lain desain yang menarik, pengiriman tepat waktu dan responsif, fleksibilitas dalam menerima custom desain dan harga yang kompetitif. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus melayani konsumen dengan optimal. Namun memang ada kekurangan dari strategi tersebut yaitu kurangnya memanfaatkan media sosial untuk promosi. 3) Strategi pengembangan usaha yang paling tepat untuk meningkatkan daya saing pada CV Telogo Budhoyo Malang meliputi strategi pemanfaatan kekuatan untuk menangkap peluang melalui pengembangan desain khas, pelayanan cepat, serta perluasan kerja sama dengan berbagai pihak. Selain itu, strategi perbaikan kelemahan dilakukan melalui penyusunan SOP kerja, peningkatan portofolio digital, serta optimalisasi pemasaran digital yaitu dengan memanfaatkan media social untuk pemasaran produknya. Upaya menghadapi ancaman dapat dilakukan melalui diferensiasi desain, penonjolan nilai produk, perbaikan sistem kerja, serta pengelolaan bahan baku yang lebih efektif agar usaha tetap kompetitif di tengah persaingan dan perubahan tren pasar.

Kata Kunci: florikultura; strategi pengembangan usaha; SWOT; Malang.

SUMMARY

YOHANA FARMITA GO (2021310026). Analysis of Processed Floriculture Product Business Development Strategy at CV Telogo Budhoyo Malang. Primary Supervisor: Cakti Indra Gunawan, SE., MM., Ph.D. Supervisor: Umi Rofiatin, S.P., M.MA.

Processed floriculture products have high economic value and have the potential to support business growth in the agro-industrial sector. CV Telogo Budhoyo Malang is a business operating in this sector, focusing on processing floriculture products based on local flowers. The objectives of this study are: 1) Analyze internal and external factors influencing business development at CV Telogo Budhoyo Malang. 2) Identify and evaluate development strategies implemented at CV Telogo Budhoyo Malang. 3) Formulate appropriate alternative business development strategies for CV Telogo Budhoyo Malang. The research method used is descriptive, with data collection through questionnaires and interviews, and SWOT analysis. The results of the study indicate that CV Telogo Bhudoyo: 1) The company has internal factors, namely strengths in product quality, including attractive designs, timely delivery, and the ability to adapt designs to customer needs. However, on the other hand, it also has weaknesses, namely the lack of written operational standards, and suboptimal use of social media and digital promotions. External factors include opportunities, including increasing demand for flower boards and potential collaborations with various agencies. Threats include the presence of similar competitors. 2) The strategies that have been implemented by the company include attractive designs, timely and responsive delivery, flexibility in accepting custom designs, and competitive prices. This encourages the company to continue serving consumers optimally. However, there are indeed shortcomings in this strategy, namely the lack of use of social media for promotion. 3) The most appropriate business development strategy to increase competitiveness at CV Telogo Budhoyo Malang includes a strategy of utilizing strengths to seize opportunities through the development of distinctive designs, fast service, and expanding cooperation with various parties. In addition, strategies to improve weaknesses are carried out through the preparation of work SOPs, increasing digital portfolios, and optimizing digital marketing, namely by utilizing social media for product marketing. Efforts to address these threats can be made through design differentiation, emphasizing product value, improving work systems, and more effective raw material management to ensure the business remains competitive amidst competition and changing market trends.

Keywords: floriculture; business development strategy; SWOT; Malang.