

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bunga Krisan

Bunga krisan (*Chrysanthemum*) atau yang biasa dikenal bunga seruni merupakan tanaman berbunga yang banyak ditanam dan dibudidayakan sebagai tanaman hias. Bunga krisan menjadi salah satu jenis tanaman hias berupa bunga yang sangat populer di Indonesia karena memiliki variasi warna yang banyak, ukuran dan bentuk yang beragam, tahan lama, serta memiliki bau yang sangat harum (Dinika *et al.*, 2021). Bunga krisan berasal dari daerah subtropis yang memiliki panjang hari siangnya selama 16 jam. Indonesia yang beriklim tropis memiliki panjang hari siang selama 12 jam sehingga dalam membudidayakan bunga krisan diperlukan penambahan cahaya selama 4-5 jam pada malam hari. Budidaya bunga krisan dipengaruhi oleh ketersediaan cahaya untuk pertumbuhan vegetatif, apabila penyinaran cahaya hanya 12 jam atau kurang tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan fotosintesis tanaman sehingga akan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan dan perkembangan bunga krisan (Utami *et al.*, 2019). Bunga krisan dapat dipanen saat bunga terlihat mekar sempurna, sehingga mendapat bentuk bunga yang besar dan indah. Bunga krisan biasanya bisa dipanen ketika tanaman berumur sekitar 10 minggu setelah tanam (Pratama *et al.*, 2018).

Bunga krisan potong digunakan sebagai bahan dekorasi ruangan, karangan bunga, vas bunga, dan lain sebagainya. Bunga krisan termasuk dalam kategori barang normal karena permintaannya tidak berlawanan dengan perubahan tingkat

pendapatan, serta cenderung meningkat pada kondisi ekonomi yang stabil, meskipun lebih dipengaruhi oleh faktor musiman dan momen perayaan tertentu. Barang normal merupakan barang yang mengalami kenaikan permintaan jika mengalami kenaikan pendapatan (Alghifari *et al.*, 2021). Bunga krisan potong yang banyak diminati oleh konsumen adalah bunga yang mekar sempurna, memiliki penampilan yang sehat dan segar serta memiliki tangkai batang yang kuat dan kokoh, sehingga bunga krisan potong menjadi awet dan tahan lama. Bunga krisan potong dapat dipanen saat bunga terlihat mekar sempurna, sehingga mendapat bentuk bunga yang besar dan indah (Agustiansyah *et al.*, 2023). Bunga krisan memiliki berbagai variasi warna dan bentuknya. Berdasarkan jumlah kuntum bunga krisan dikategorikan dalam dua jenis yaitu jenis standar dan jenis spray. Krisan jenis standar merupakan bunga yang memiliki satu buah kuntum bunga dalam satu batang, sedangkan krisan jenis spray memiliki banyak kuntum dalam satu batang dengan diameter bunga sekitar 2-3 cm. Bentuk bunga krisan yang bisa dibudidayakan sebagai bunga potong adalah Tunggal, Anemone, Pompon, Dekoratif, Bunga besar. Bunga krisan juga memiliki berbagai keunggulan keberagaman warna seperti putih, kuning, violet, merah, merah muda, hijau dan salem.

2.2 Strategi Pengembangan Usaha

Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas dalam pengalokasian sumber daya. Strategi juga diartikan sebagai suatu proses yang direncanakan untuk mencapai tujuan

perusahaan dalam jangka waktu yang panjang (Permana *et al.*, 2022). Strategi berpengaruh dalam kesejahteraan jangka panjang suatu organisasi, oleh karena itu strategi berorientasi dalam masa yang akan datang. Dalam merumuskan strategi, banyak pertimbangan yang perlu dilakukan, sehingga menghasilkan strategi yang tepat untuk mencapai target. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam perumusan strategi:

1. Identifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan.
2. Menganalisis lingkungan internal dan eksternal.
3. Merumuskan faktor-faktor yang mengukur keberhasilan dari strategi yang ada.
4. Menentukan tujuan dan target, mempertimbangkan sumber daya, dan mengevaluasi alternatif strategi.
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk perusahaan.

Usaha merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk menghasilkan suatu produk, yang dimana produk tersebut akan dipasarkan kepada konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Pengembangan usaha merupakan tanggung jawab setiap pengusaha yang memiliki visi ke depan, motivasi, dan kreativitas (Sangadah Dan Anggraeni, 2018). Pada intinya pengembangan usaha merupakan proses yang ditempuh di dalam suatu organisasi perusahaan yang bertujuan meningkatkan dan juga memperbaiki kinerja dari masing-masing karyawan, dalam jangka waktu yang panjang. Untuk melakukan pengembangan suatu usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi, pemasaran, SDM, teknologi, dan lain sebagainya. Beberapa tahap yang dapat

dilakukan pengusaha untuk mengembangkan usahanya, yang diantaranya yaitu (Widayati *et al.*, 2019):

1. Memiliki ide usaha awal.
2. Penyaringan ide usaha pada tahap selanjutnya.
3. Pengembangan rencana usaha.
4. Implementasi pengembangan rencana usaha, dan pengendalian rencana usaha.

Strategi pengembangan usaha merupakan respon pengusaha terhadap faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha dengan mengupayakan keunggulan internal yang dimiliki untuk mencapai tujuan dan meningkatkan keunggulan (Nurhikmah *et al.*, 2024). Dunia usaha dapat diibaratkan sebagai medan pertempuran bagi produsen dan pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama, sehingga penting untuk merancang strategi pengembangan usaha guna memenangkan persaingan. Strategi pengembangan usaha merupakan rencana yang menjelaskan ekspektasi perusahaan terkait dampak berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran tertentu. Strategi pemasaran adalah pendekatan yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya, mencakup strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, serta alokasi anggaran pemasaran (Yuliana Dan Sakdiah, 2024). Secara umum, perusahaan yang sukses adalah yang menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, karena perusahaan inilah yang mampu menguasai pasar dalam jangka panjang.

2.3 Analisis IFAS

Analisis *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*) merupakan alat yang digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha, untuk menilai faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan, baik kekuatan maupun kelemahan. *IFAS* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi lingkungan internalnya. Lingkungan internal perusahaan merupakan keterkaitan secara langsung antara pelaku usaha dengan lingkungan yang mempengaruhi perusahaan. Lingkungan internal perusahaan dirancang untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi dasar strategi perusahaan (Alfiani *et al.*, 2023). Kegagalan dalam mengidentifikasi dan memahami hubungan antara area fungsional dapat berdampak negatif bagi manajemen suatu usaha. Faktor internal yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan diantaranya yaitu (Irwandi *et al.*, 2023):

1. Manajemen, merupakan tingkat sistem pengendalian organisasi yang meliputi produksi, pemasaran, manajemen SDM, dan keuangan. Fungsi manajemen terdiri dari lima fungsi dasar, yaitu perencanaan, organisasi, motivasi, pengelolaan staff, dan pengendalian.
2. Pemasaran, merupakan proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan konsumen atas produk yang diinginkan.
3. Keuangan, kesehatan keuangan dianggap sebagai ukuran terbaik dalam menentukan posisi bersaing dan daya tarik keseluruhan perusahaan.

4. Produksi, merupakan suatu kegiatan mengubah input menjadi output yang berupa barang dan jasa. Manajemen produksi berkaitan dengan input, proses, dan output yang bervariasi antar pasar.
5. Sumber Daya Manusia (SDM), merupakan faktor penentu keberhasilan kerja perusahaan karena SDM merupakan alat meningkatkan produktivitas.
6. Penelitian dan pengembangan, dilakukan untuk mendukung produk yang sudah ada. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan produk baru yang lebih unggul dari pesaing.

Pemahaman yang mendalam mengenai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan sangat krusial dalam pengembangan usaha, karena hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan mengoptimalkan potensi yang ada. Dengan memahami faktor-faktor internal ini, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat mengenai arah pengembangan usaha dan prioritas yang harus diutamakan. Proses penerapan analisis *IFAS* dimulai dengan identifikasi faktor-faktor internal yang relevan, memberikan bobot untuk menentukan tingkat pengaruhnya, dan memberikan skor yang menggambarkan kekuatan atau kelemahan dari setiap faktor tersebut (Nasution *et al.*, 2024). Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat, baik dalam hal memperbaiki kelemahan ataupun memanfaatkan kekuatan yang ada.

2.4 Analisis EFAS

Analisis *EFAS* (*External Factor Analysis Summary*) merupakan alat penting dalam perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor

eksternal perusahaan, seperti peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal perusahaan (Octasyilva, 2017). Lingkungan eksternal merupakan kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan dan terlepas dari situasi operasional perusahaan. Analisis lingkungan eksternal menekankan pada identifikasi dan penilaian tren serta peristiwa yang berada diluar kendali perusahaan. Faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan dapat menimbulkan peluang dan ancaman bagi perusahaan (Marhawati, 2023). Analisis lingkungan eksternal perusahaan dapat dibagi menjadi lima kategori, yaitu kekuatan ekonomi, kekuatan sosial budaya, demografi, dan lingkungan, kekuatan politik, kekuatan teknologi, serta kekuatan pesaing. Faktor eksternal terbagi menjadi 2 kategori, yakni:

1. Faktor kategori mikro, merupakan faktor yang bersifat mikro eksternal terkhusus lingkungan, mempunyai efek redaman yang lambat terhadap proses penyegelan.
2. Faktor lingkungan makro eksternal, merupakan lingkungan yang mengalami fluktuasi dengan cepat.

Analisis eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dapat mempengaruhi proses produksi yang berlangsung di setiap perusahaan (Marhawati, 2023). Lingkungan eksternal perlu diperhatikan karena sifatnya yang sulit diprediksi, terutama dalam hal inovasi yang memerlukan kepekaan manajerial. Peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan meliputi perubahan struktural internal seperti perampingan atau restrukturisasi, kondisi pasar yang memburuk akibat faktor ekonomi dan sosial seperti inflasi atau krisis moneter,

serta persaingan yang dapat menghadirkan baik bahaya maupun peluang baru. Perkembangan teknologi baru juga dapat mengubah secara fundamental produk dan proses perusahaan. Untuk itu, perusahaan perlu memahami faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan agar dapat merumuskan strategi yang tepat. Salah satu caranya yaitu dengan menerapkan analisis *EFAS*. Proses penerapan analisis *EFAS* dimulai dengan mengidentifikasi faktor eksternal yang relevan, memberikan bobot berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap perusahaan, dan memberikan skor untuk menilai sejauh mana faktor tersebut berfungsi sebagai peluang atau ancaman (Nasution *et al.*, 2024). Hasil dari analisis ini kemudian digunakan untuk merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan peluang atau mengatasi ancaman yang ada.

2.5 Analisis SWOT

Analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) adalah metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis *SWOT* merupakan suatu metode analisis yang memisahkan antara faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Harlan *et al.*, 2020). Analisis *SWOT* banyak dijadikan acuan awal dalam proses perumusan kebijakan perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada analisis *SWOT* yang memang berperan penting dalam membantu menganalisis semua faktor dalam perusahaan yang berpengaruh dalam penyusunan perencanaan strategis serta dalam tahap

pengambilan keputusan oleh perusahaan. Analisis *SWOT* dapat dibagikan dalam lima langkah (Suardika Dan Yasa, 2023):

1. Menyiapkan sesi *SWOT*
2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan
3. Mengidentifikasi kesempatan dan ancaman
4. Melakukan ranking terhadap kekuatan dan kelemahan
5. Menganalisis kekuatan dan kelemahan.

Analisis *SWOT* dilakukan dengan membandingkan antara faktor eksternal dengan faktor internal. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks *IFAS* (*Internal Factors Analysis Summary*), sementara faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks *EFAS* (*External Factors Analysis Summary*). Setelah matriks faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, hasilnya kemudian dimasukkan ke dalam model kuantitatif, yaitu matriks *SWOT*, untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan. Matriks *SWOT* merupakan alat untuk mencocokkan sehingga membantu perusahaan meningkatkan 4 jenis strategi yang diantaranya yaitu (Mayangsari *et al.*, 2024):

1. Strategi *Strength-Opportunity (SO)*

Strategi yang dihasilkan dengan menggunakan seluruh kekuatan internal yang ada pada perusahaan untuk meraih peluang sebesar-besarnya

2. Strategi *Strength-Threat (ST)*

Strategi yang dihasilkan dengan menggunakan seluruh kekuatan internal yang ada pada perusahaan untuk mengatasi berbagai ancaman yang ada dan yang sedang dihadapi.

3. Strategi *Weakness-Opportunity (WO)*

Strategi yang dihasilkan dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

4. Strategi *Weakness-Threat (WT)*

Strategi yang dihasilkan dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan dan menghindari berbagai ancaman yang ada.

2.6 Analisis *AHP*

Analisis *AHP* (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty tahun 1993. *AHP* merupakan analisis pengambilan keputusan berbasis sistem informasi geografis (SIG) yang populer karena kemampuannya untuk mengintegrasikan sejumlah data heterogen. *AHP* juga memberikan kemudahan dalam mendapatkan bobot alternatif yang sangat besar dan dapat diterapkan untuk pengambilan keputusan dalam berbagai masalah. *AHP* yang dikembangkan oleh Tomas L. Saaty merupakan model hierarki fungsional dengan input utamanya adalah persepsi manusia. Dengan adanya hierarki, masalah yang kompleks dipecah dalam sub-sub masalah kemudian disusun menjadi suatu bentuk hierarki. *AHP* mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah multi kriteria yang berdasar pada perbandingan preferensi dari setiap elemen dalam hierarki. Secara spesifik, *AHP* cocok digunakan untuk permasalahan pemilihan alternatif ataupun pengurutan prioritas yang memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- a) Melibatkan kriteria-kriteria kualitatif yang sulit dikuantitatifkan secara eksak.

- b) Masing-masing kriteria dapat memiliki sub-sub kriteria yang dapat dibentuk seperti hierarki.
- c) Penilaian dapat dilakukan oleh satu atau beberapa pengambil keputusan secara sekaligus.
- d) Alternatif pilihan sudah tertentu dan terbatas jumlahnya.

Struktur hierarki pada *AHP* umumnya tersusun atas tujuan, kriteria, dan alternatif (Sangadah Dan Anggraeni. 2018). Tujuan utama berperan sebagai pedoman pemecahan masalah yang sedang dihadapi perusahaan bagi seorang pengambil keputusan. Susunan berikutnya adalah kriteria yang merupakan aspek penting dalam *AHP* yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan atas tujuan utama. Kriteria juga dapat diturunkan menjadi subkriteria apabila masalah yang dihadapi perusahaan cukup kompleks. Level yang paling bawah pada susunan hierarki yaitu alternatif. *AHP* memiliki 3 prinsip dasar, yaitu (Hoiriyah Dan Bahri. 2019):

1 Dekomposisi (*Decomposition*)

AHP berperan dalam memecah suatu permasalahan yang dapat dikatakan kompleks, menjadi suatu susunan hierarki. Struktur tersebut dibedakan antara level dengan urutan teratas merupakan tujuan utama yang ingin dicapai dalam suatu pemecahan masalah dan hanya memiliki satu elemen. Urutan hierarki berikutnya memiliki berbagai elemen yang dapat dibandingkan satu sama lain dan memiliki kepentingan yang hampir sama. Kriteria dapat dijadikan sebagai "subkriteria" apabila memiliki perbedaan kepentingan yang sangat menonjol.

2 Perbandingan Penilaian Pertimbangan (*Comparative Judgements*)

AHP menggunakan perbandingan berpasangan dalam membandingkan berbagai elemen pada susunan hierarki dengan skala penilaian yang berupa angka sehingga akan menghasilkan skala penilaian yang dapat digunakan dalam menentukan prioritas elemen yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pengambil keputusan.

3 Sintesa Prioritas (*Priority Synthesis*)

Sintesa prioritas pada metode *AHP* didapat dari hasil perkalian prioritas lokal dengan prioritas dari kriteria bersangkutan yang ada pada level di atasnya dan ditambahkan pada masing-masing elemen dalam level yang dipengaruhi oleh kriteria. Hasil tersebut dapat dikenal sebagai prioritas global (*global priority*).

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan rujukan bagi penelitian ini yaitu;

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Judul (Nama Penulis, Tahun)	Metode	Hasil
Strategi pengembangan usaha bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. (Izza <i>et al.</i> , 2021).	Metode yang digunakan untuk pengambilan data adalah <i>SWOT</i> . Matriks ini menggambarkan bagaimana kondisi internal yakni potensi dan kelemahan, kondisi eksternal yakni peluang dan ancaman yang dihadapi.	Strategi pengembangan pemasaran bunga potong krisan berada pada kuadran I (satu) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta peluang yang perlu dikelola dengan baik.

Judul (Nama Penulis, Tahun)	Metode	Hasil
Strategi Pengembangan Usaha Florist Nawanua Flora Di Kelurahan Kakaskasen Tiga Kota Tomohon. (Wowor <i>et al.</i> , 2023).	Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah <i>purposive sampling</i> . Analisis yang digunakan adalah analisis <i>SWOT</i> yaitu analisis yang mencakup upaya untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi.	Berdasarkan hasil analisis pada matriks <i>IFE</i> didapatkan hasil total pembobotan yang berjumlah 3,65 yang artinya situasi internal usaha Florist Nawanua Flora berada pada tingkat diatas rata-rata, sedangkan total pembobotan pada matriks <i>EFE</i> berjumlah 3,88 yang berarti usaha mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman dengan baik.
Strategi Prioritas Pengembangan Usaha Penggemukan Sapi Potong Di Kota Tanjungpinang Dengan Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP). (Sutrisno <i>et al.</i> , 2025).	Metode penentuan sampel yaitu <i>purposive sampling</i> dan metode analisis data menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif dengan metode <i>SWOT</i> dan <i>AHP</i> .	Prioritas strategi agribisnis pengembangan peternakan sapi potong di Kota Tanjungpinang meliputi kemitraan dengan pemerintah dan swasta, pengembangan wilayah potensial melalui modernisasi, serta pelatihan dan sekolah lapang. Diperlukan pula regulasi lahan khusus agribisnis, peningkatan populasi sapi potong, dan pemanfaatan limbah pertanian sebagai pakan alternatif. Strategi juga mencakup peningkatan inovasi pengolahan pakan, penggunaan bibit unggul sesuai daerah, perbaikan manajemen usaha, serta penguatan peran kelompok ternak menuju peternakan modern berbasis sentra produksi.