

### III. KERANGKA TEORITIS

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

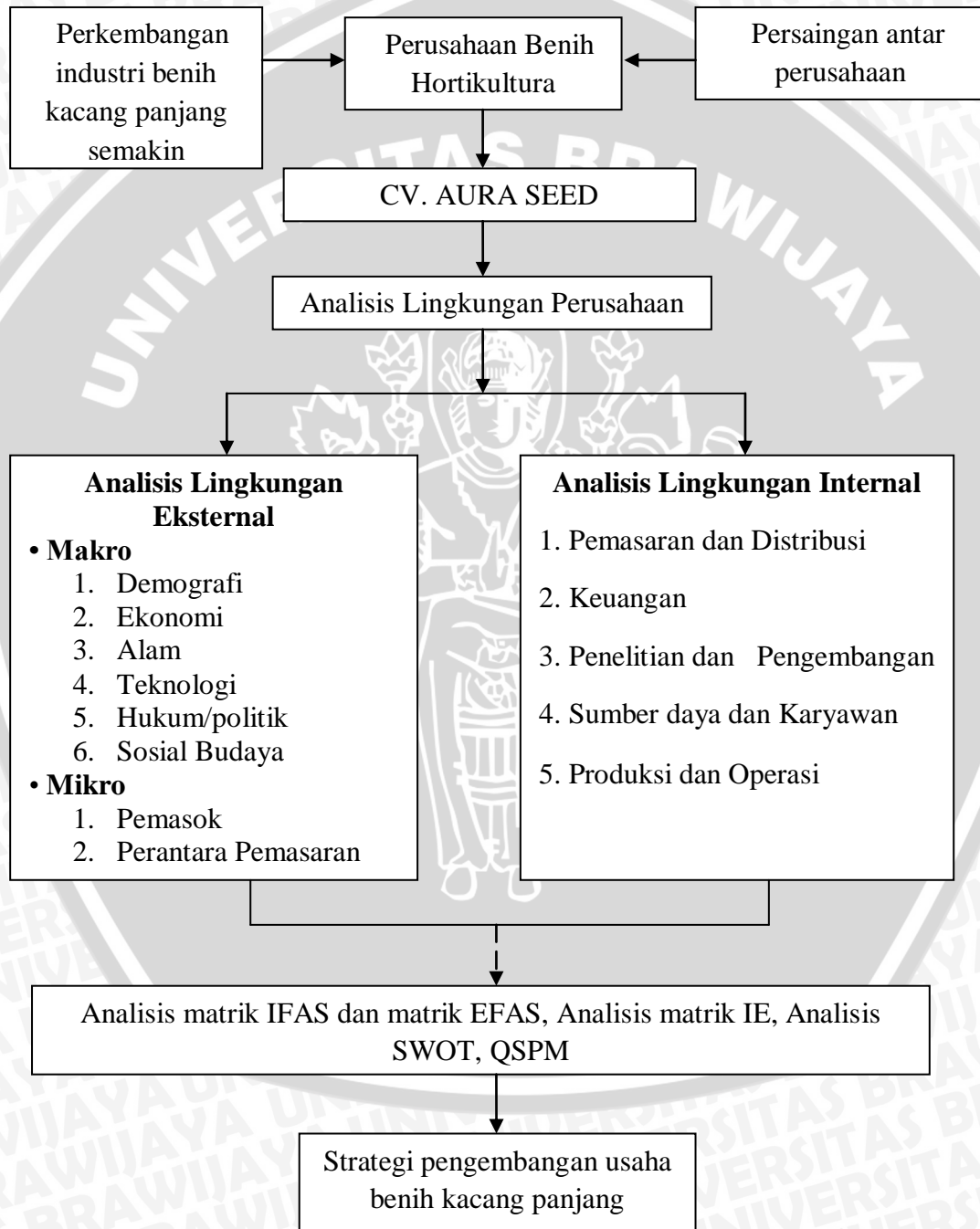
Perkembangan industri benih hortikultura khususnya kacang panjang di Indonesia semakin meningkat dari segi jumlah produsen maupun produk yang dihasilkan. Hal ini mengakibatkan persaingan yang ketat dalam memasarkan benih kacang panjang. CV. Aura Seed Indonesia merupakan perusahaan lokal yang bergerak di bidang pertanian, khususnya sebagai produsen benih hortikultura dengan skala nasional. Salah satu produk unggulan dari CV. Aura Seed Indonesia adalah benih kacang panjang. Ditengah maraknya industri perbenihan saat ini mengakibatkan persaingan yang kompetitif sehingga diperlukan suatu strategi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan.

Untuk mendapatkan strategi yang sesuai, perusahaan harus terlebih dahulu menganalisis dan mengevaluasi faktor-faktor lingkungan perusahaan. Lingkungan perusahaan mencakup dua hal yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal meliputi pemasaran dan distribusi perusahaan, keuangan, penelitian dan pengembangan, sumber daya dan karyawan perusahaan, serta produksi dan operasi perusahaan. Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan makro dan mikro. Lingkungan makro meliputi aspek demografi, ekonomi, alam, teknologi, hukum/politik, dan sosial budaya. Sedangkan Lingkungan mikro terdiri dari pemasok, perantara pemasaran, pelanggan dan pesaing.

Dalam faktor internal dan eksternal terdapat beberapa hal yang mendukung keberadaan perusahaan atau bahkan menjadi penghambat bagi perkembangan usaha yang dijalankan. Perusahaan akan dianalisis untuk mengetahui keadaan lingkungan internal maupun lingkungan eksternal guna menemukan alternatif strategi pengembangan usaha yang akan diaplikasikan pada perusahaan. Secara teoritis, Rangkuti (2004) menyatakan bahwa proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu tahap pengumpulan data (input), tahap analisis (pencocokan), dan tahap pengambilan keputusan.

Tahap pengumpulan data merangkum informasi-informasi yang diperlukan dalam strategi dengan menggunakan matrik faktor strategi eksternal

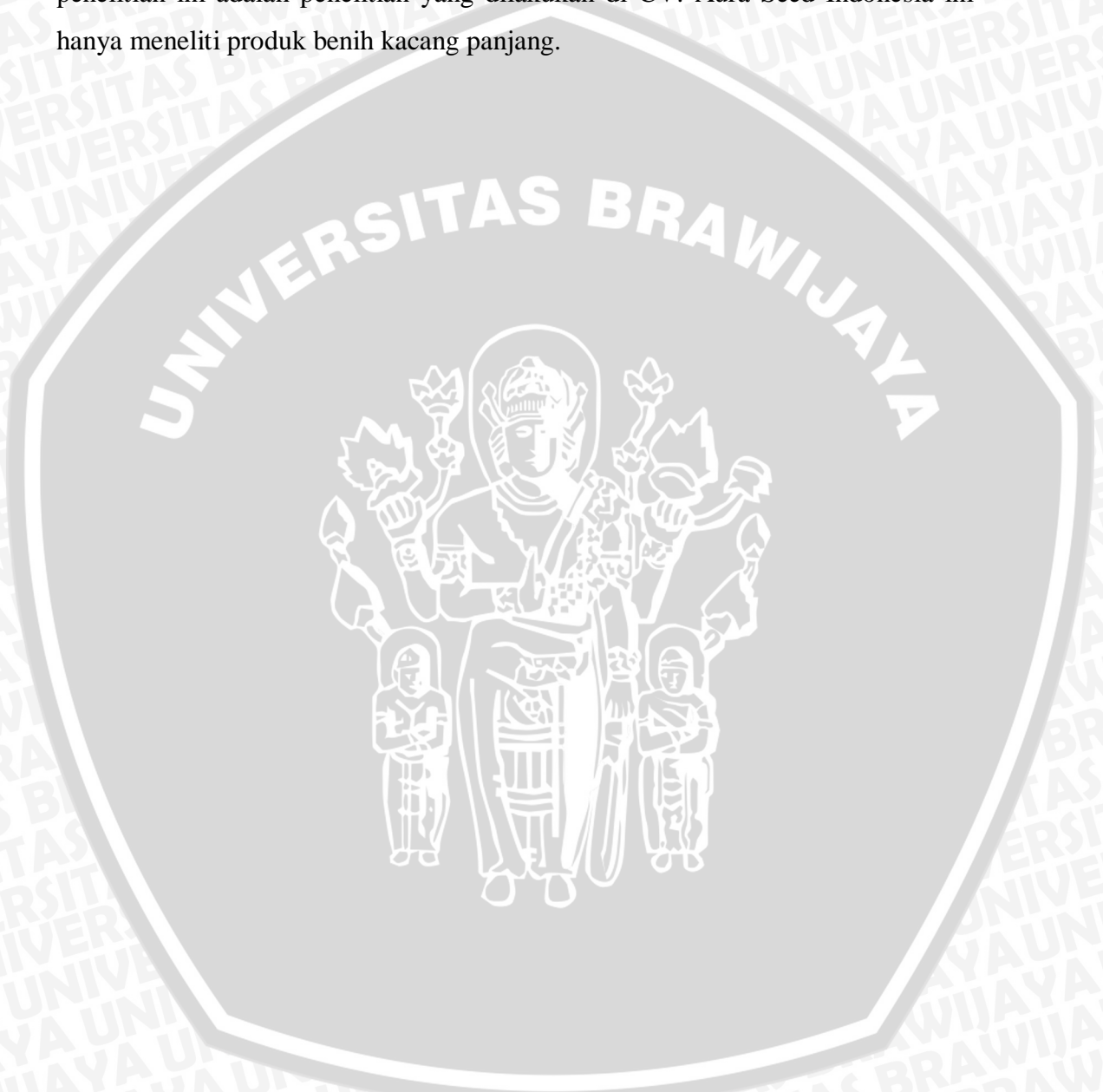
(EFAS) dan matrik faktor strategi internal (IFAS). Setelah memperoleh informasi akan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman, maka langkah selanjutnya adalah membuat alternatif pengembangan usaha dengan menggunakan matrik internal-eksternal dan matrik SWOT. Selanjutnya adalah tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan analisis QSPM. Gambar skema kerangka pemikiran dalam penelitian yang dilakukan ini dapat dilihat pada Gambar 3 dibawah.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Analisis Strategi Usaha Benih Kacang Panjang Produksi CV. Aura Seed Indonesia di Kabupaten Kediri

### 3.2 Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian perlu dibatasi dengan batasan masalah untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan hasil penelitian sehingga akan diperoleh persamaan persepsi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan di CV. Aura Seed Indonesia ini hanya meneliti produk benih kacang panjang.





### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk menjelaskan konsep penelitian, berikut adalah variabel yang digunakan beserta dengan definisi operasional dan pengukuran variabelnya yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Definisi operasional	Pengukuran variabel
SWOT dengan menggunakan pendekatan lingkungan internal dan eksternal perusahaan.		Metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu bisnis berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan.	
Lingkungan Internal		Variabel-variabel yang berada di dalam perusahaan dan secara formal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada perusahaan.	
	<b>Bauran Pemasaran yang meliputi :</b>		
	Kualitas produk	Mutu benih kacang panjang yang di produksi CV. Aura Seed Indonesia.	Kualitas produk diukur berdasarkan sudah atau tidaknya sertifikasi dari BPSB
	Daya tahan produk	Kemampuan benih kacang panjang untuk bisa digunakan dalam pertanaman selama kurun waktu tertentu.	Daya tahan produk diukur dari lamanya kadaluarsa benih kacang panjang
	Harga	Sejumlah nilai uang yang ditetapkan perusahaan untuk menjual benih kacang panjang.	Harga diukur dari nilai uang yang ditetapkan perusahaan dalam menjual benih kacang panjang (Rupiah/kemasan)
	Promosi	Kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan benih kacang panjang kepada konsumen.	Promosi diukur berdasarkan intensitas promosi yang dilakukan selama 1 tahun terakhir

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Definisi operasional	Pengukuran variabel
	Distribusi	Kegiatan memasarkan produk dari produsen ke konsumen.	Distribusi diukur dari luasnya wilayah pemasaran yang dapat dijangkau perusahaan
	<b>Keuangan yang meliputi :</b>		
	Permodalan	Permodalan merupakan biaya yang tersedia dan dibutuhkan untuk menjalankan usaha.	Permodalan diukur berdasarkan sumber modal dan sistem permodalan dalam menjalankan usaha.
	Manajemen Keuangan	Manajemen yang digunakan perusahaan untuk mengelola keuangan.	Manajemen keuangan diukur berdasarkan sistem pengelolaan keuangan yang keluar dan masuk.
	<b>Penelitian dan Pengembangan</b>	Kegiatan penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan benih kacang panjang yang unggul.	Diukur berdasarkan ketersediaan sarana dan prasarana yang menunjang penelitian.
	<b>Sumberdaya dan Karyawan</b>	Kecukupan jumlah individu yang bekerja pada perusahaan.	Diukur berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan setiap kali produksi dalam jumlah individu
	<b>Produksi dan Operasi</b>	Proses produksi yang dilakukan untuk menghasilkan benih kacang panjang.	Diukur berdasarkan ketersediaan sarana dan prasarana yang menunjang dalam proses produksi
Lingkungan Eksternal		Variabel-variabel yang berasal dari luar perusahaan yang mempengaruhi perusahaan.	
	Demografi ( Pertumbuhan Penduduk )	Pertumbuhan jumlah penduduk yang berpengaruh terhadap pasar yang dituju.	Diukur berdasarkan tingkat populasi negara indonesia saat ini dalam jumlah jiwa

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Definisi operasional	Pengukuran variabel
	Ekonomi (Fluktuasi harga sayuran)	Fluktuasi harga sayuran yang tidak stabil akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam penjualan benih kacang panjang.	Diukur berdasarkan fluktuasi harga kacang panjang saat ini
	Alam (Iklim dan Cuaca)	Lingkungan alam yang terjadi saat ini akan mempengaruhi dalam proses produksi benih kacang panjang.	Diukur berdasarkan kondisi iklim dan cuaca yang terjadi pada saat ini.
	Teknologi	Perkembangan teknologi akan mempermudah dalam proses produksi pertukaran informasi.	Diukur berdasarkan ketersediaan sarana prasana teknologi yang digunakan dalam semua kegiatan perusahaan
	Politik dan Hukum (Ijin Usaha)	Ijin usaha berkaitan dengan kebijakan pemerintah.	Diukur berdasarkan sudah atau tidaknya ijin usaha dari pemerintah.
	Pelanggan	Petani yang menggunakan benih kacang panjang.	Diukur berdasarkan kondisi petani yang membudidayakan kacang panjang.
	Pesaing	Perusahaan benih kacang panjang lainnya yang menjadi pesaing.	Diukur berdasarkan jumlah perusahaan benih yang dianggap sebagai pesaing.
	Sosial Budaya (Kefanatikan Petani)	Kefanatikan petani terhadap satu merek benih kacang panjang yang dikenalnya.	Diukur berdasarkan kebiasaan petani dalam memilih benih kacang panjang yang lebih dulu dikenalnya
	Pemasok (Petani Kemitraan)	Petani yang bermitra dengan CV. Aura Seed dalam menghasilkan benih kacang panjang	Diukur berdasarkan jumlah petani yang bermitra dengan perusahaan selama 1 tahun terakhir dalam jumlah individu
	Perantara Pemasaran	Perusahaan lain yang bekerja sama dengan CV. Aura Seed Indonesia untuk memasarkan benih kacang panjang.	Diukur berdasarkan jumlah perusahaan yang bekerja sama dengan CV. Aura Seed.



