E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Keputusan Strategi Usaha Sayur Selada Segar Hidroponik Di Kota Gorontalo Dan Kabupaten Bone Bolango

Lidya datau[1], Merita ayu indrianti[2], Dewa oka suparwata [3], Yusriyah atikah gobel[4]
[1]Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Lidyadatau3110@gmail.com
[2]Universitas Muhammadiyah Gorontalo, ayusutarto@umgo.ac.id
[3]Universitas Muhammadiyah Gorontalo, suparwata_do@umgo.ac.id
[4]Universitas Muhammadiyah Gorontalo, yusriyahatikahgobel@umgo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi eksisting usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango serta menentukan prioritas strategi pengembangannya. Penelitian menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan teknik sampel jenuh terhadap enam unit usaha hidroponik. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan matriks IFAS, EFAS, SWOT, dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha meliputi kualitas, kesegaran, kebersihan produk, dan kemampuan produksi sepanjang tahun. Adapun kelemahannya mencakup keterbatasan kapasitas produksi dan modal, pencatatan keuangan yang belum optimal, serta promosi digital yang belum maksimal. Hasil IFAS menunjukkan skor total 4,11, sedangkan EFAS sebesar 4,09. Analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi, dengan strategi *Strengths-Opportunities* (SO) memperoleh skor tertinggi sebesar 4,58. Berdasarkan analisis QSPM, prioritas utama adalah mengoptimalkan pemasaran digital dan memperkuat merek produk selada hidroponik higienis dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) 7,03, diikuti perluasan pasar dan kemitraan dengan restoran, hotel, serta supermarket modern dengan nilai TAS 6,40. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan usaha selada hidroponik di wilayah penelitian.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan,Selada H idroponik, SWOT, EFAS, IFAS, QSPM.*

Abstract

This study aims to analyze the current conditions of hydroponic lettuce businesses in Gorontalo City and Bone Bolango Regency and to determine their development strategy priorities. A mixed-methods approach was employed, using a census sampling technique involving six hydroponic business units. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using the Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The findings indicate that the main strengths of these businesses include product quality, freshness, hygiene, and year-round production capacity. However, key weaknesses include limited production capacity and capital, inadequate financial recordkeeping, and suboptimal digital promotion. The total IFAS and EFAS scores were 4.11 and 4.09, respectively. SWOT analysis generated four strategic alternatives, with the Strengths–Opportunities (SO) strategy achieving the highest score of 4.58. Based on the QSPM analysis, the top-priority strategy is to optimize digital marketing and strengthen the branding of hygienic hydroponic lettuce products, with a Total Attractiveness Score (TAS) of 7.03. The second priority is to expand market reach and establish partnerships with restaurants, hotels, and modern supermarkets, with a TAS of 6.40. These strategies are expected to enhance competitiveness and support the sustainability of hydroponic lettuce businesses in the study area.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Keywords: *Development Strategy, Hydroponic Lettuce, SWOT Analysis, IFAS, EFAS, QSPM.*

Corresponding Author:
Lidya datau
Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Lidyadatau3110@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertanian modern merupakan transformasi sistem pertanian tradisional menuju sistem produksi yang mengutamakan efisiensi, pemanfaatan teknologi, peningkatan produktivitas, dan keberlanjutan lingkungan. Modernisasi pertanian menjadi salah satu upaya strategis untuk menghadapi berbagai tantangan global, seperti perubahan iklim, degradasi lahan, dan peningkatan kebutuhan pangan dunia yang diperkirakan meningkat hingga 60% pada tahun 2050 (Organization of the United Nations, 2012). Perkembangan teknologi pertanian, termasuk mekanisasi, digitalisasi, bioteknologi, dan pertanian presisi, membuka peluang untuk meningkatkan produktivitas sekaligus mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Namun, penerapan teknologi tersebut di negara berkembang, termasuk Indonesia, masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal, rendahnya kemampuan adopsi teknologi, dan kurangnya infrastruktur pendukung (Economics & Library, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan modernisasi pertanian tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada penguatan kelembagaan, akses pembiayaan, dan kemampuan pengelolaan usaha.

Peningkatan kebutuhan pangan seiring dengan pertumbuhan penduduk juga menjadi tantangan bagi keberlanjutan sektor pertanian. Food and Agriculture Organization (FAO, 2023) melaporkan bahwa sekitar 33% tanah subur di dunia telah mengalami degradasi akibat berbagai faktor, termasuk perubahan penggunaan lahan dan praktik pertanian yang tidak berkelanjutan. Di Indonesia, penyusutan lahan pertanian turut dipengaruhi oleh alih fungsi lahan untuk kebutuhan perumahan dan industri. Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2022) mencatat bahwa laju alih fungsi lahan sawah mencapai sekitar 96.500 hektare per tahun. Kondisi ini menuntut pengembangan sistem produksi pertanian yang mampu memanfaatkan lahan dan air secara efisien tanpa mengabaikan kualitas hasil serta keberlanjutan lingkungan. Salah satu subsektor yang memerlukan perhatian dalam konteks tersebut adalah hortikultura, khususnya komoditas sayuran segar yang memiliki peluang untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi, tetapi menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga, ketergantungan pada kondisi cuaca, serta keterbatasan fasilitas penyimpanan dan distribusi pascapanen.

Hidroponik merupakan salah satu inovasi pertanian yang berpotensi menjawab tantangan keterbatasan lahan dan efisiensi penggunaan sumber daya. Sistem ini memungkinkan tanaman dibudidayakan tanpa tanah dengan memanfaatkan larutan nutrisi yang disesuaikan dengan kebutuhan pertumbuhan tanaman (Handayani et al., 2022). Dibandingkan dengan sistem budidaya konvensional, hidroponik berpotensi mengoptimalkan penggunaan air, meningkatkan pengendalian nutrisi, dan mendukung produksi sayuran berkualitas secara lebih terukur. Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2022) menempatkan hidroponik sebagai salah satu bagian dari pengembangan pertanian cerdas dan berkelanjutan dalam era Revolusi Industri 4.0. Selain itu, perkembangan teknologi informasi memungkinkan penerapan sistem

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

hidroponik berbasis digital melalui sensor dan perangkat Internet of Things (IoT) untuk memantau kondisi lingkungan serta kebutuhan nutrisi tanaman secara waktu nyata. Izzinnahdi et al. (2021) menjelaskan bahwa penerapan sistem IoT pada budidaya hidroponik mampu meningkatkan produktivitas tanaman selada hingga 25% dibandingkan dengan sistem manual. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi hidroponik belum secara otomatis menjamin keberhasilan usaha karena keberlanjutannya juga ditentukan oleh aspek permodalan, manajemen, sumber daya manusia, dan pemasaran.

Pengembangan usaha hidroponik di Indonesia masih menghadapi tantangan teknis dan manajerial yang saling berkaitan. Keterbatasan modal dapat menghambat investasi awal untuk instalasi rak, pompa, dan sarana produksi lainnya. Di sisi lain, kemampuan teknis pelaku usaha, pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, pengemasan, dan distribusi turut memengaruhi kemampuan usaha dalam mempertahankan kualitas produk serta memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu, pengembangan agribisnis hidroponik perlu mempertimbangkan kondisi internal usaha sekaligus perubahan lingkungan eksternal, termasuk peluang pasar, perkembangan teknologi, kenaikan biaya sarana produksi, dan persaingan antarpelaku usaha. Identifikasi terhadap faktor-faktor tersebut diperlukan agar strategi pengembangan yang dirumuskan tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi, tetapi juga pada daya saing dan keberlanjutan usaha.

Dalam konteks wilayah penelitian, Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango memiliki potensi untuk mengembangkan usaha sayuran hidroponik guna memenuhi kebutuhan pasar lokal terhadap produk segar. Namun, kontinuitas produksi dan pasokan sayuran perlu didukung oleh pengelolaan budidaya yang terencana, pengendalian kualitas, serta sistem distribusi yang memadai. Pengembangan usaha juga memerlukan dukungan modal, peningkatan kapasitas teknis dan manajerial, serta penguatan akses pasar. Dengan demikian, potensi produksi hidroponik perlu dikaji berdasarkan kondisi aktual setiap unit usaha agar peluang pengembangan dapat diidentifikasi secara lebih tepat.

Objek penelitian ini mencakup enam unit usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango, yaitu Hidroponik Ujung Bali, Hanania Hidroponik, Rumah Hidroponik, Hidroponik Lestari, Hidroponik Selada, dan Selada Hidroponik. Usaha-usaha tersebut perlu dianalisis berdasarkan aspek produksi, harga jual, pemasaran, dan kendala operasional yang dihadapi. Keterbatasan kapasitas produksi dan modal, pengelolaan usaha, kemampuan pemasaran, serta persaingan pasar merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menentukan arah pengembangan. Analisis terhadap kondisi tersebut dapat membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha selada hidroponik.

Penelitian terdahulu telah membahas strategi pengembangan usaha sayuran hidroponik dengan menggunakan analisis SWOT. Intan Audia dan Akrab (2023) mengkaji strategi pengembangan usahatani selada pada Cakrawala Hidroponik di Kabupaten Sigi melalui identifikasi faktor internal dan eksternal. Sementara itu, Waliyanti (2022) menganalisis strategi usaha sayuran hidroponik di Green Top Farm, Kota Makassar, menggunakan pendekatan SWOT. Kedua penelitian tersebut memberikan landasan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha hidroponik. Namun, penelitian ini memiliki fokus yang berbeda, yaitu menganalisis enam unit usaha selada hidroponik yang tersebar di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Selain mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan alternatif strategi menggunakan analisis SWOT, penelitian ini

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

menerapkan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan daya tarik relatif setiap alternatif. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran strategi pengembangan yang lebih kontekstual sesuai dengan kondisi usaha di wilayah penelitian.

Untuk mengidentifikasi dan menentukan strategi pengembangan yang tepat, penelitian ini menggunakan analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), *External Factor Analysis Summary* (EFAS), *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT), serta QSPM. Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor strategis internal dan eksternal, sedangkan analisis SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi berdasarkan kombinasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Selanjutnya, QSPM digunakan untuk mengevaluasi daya tarik relatif alternatif strategi sehingga prioritas pengembangan dapat ditentukan secara sistematis. Penggunaan metode tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha memilih strategi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pengembangan usaha.

Selain memiliki dimensi ekonomi, pengembangan usaha hidroponik juga dapat dipandang sebagai bentuk pemanfaatan sumber daya alam yang bertanggung jawab. Dalam perspektif Islam, pentingnya pemikiran, pengamatan, dan pemanfaatan sumber daya alam tercermin dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 164. Ayat tersebut menjelaskan tanda-tanda kebesaran Allah SWT melalui penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang, turunnya air hujan, serta berbagai proses alam yang memberikan manfaat bagi kehidupan. Nilai tersebut relevan dengan pengembangan hidroponik yang mengandalkan pengelolaan air, nutrisi, dan lingkungan tumbuh secara terukur. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan produktivitas serta keberlanjutan usaha dapat dipahami sebagai upaya mengelola sumber daya secara bertanggung jawab dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi eksisting usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya, merumuskan alternatif strategi menggunakan analisis SWOT, serta menentukan prioritas strategi melalui QSPM. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menyusun keputusan strategis untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan menjaga keberlanjutan usaha selada hidroponik di wilayah penelitian.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menganalisis kondisi eksisting serta merumuskan strategi pengembangan usaha selada segar hidroponik. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis karakteristik usaha, produksi, biaya, pendapatan, dan penilaian faktor strategis internal maupun eksternal. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali informasi mengenai pengelolaan usaha, kendala operasional, persepsi pelaku usaha, peluang pengembangan, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Penelitian dilaksanakan di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango selama tiga bulan, yaitu April–Juni 2026. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan keberadaan unit usaha hidroponik, kedekatan dengan pasar, dan potensi pengembangan usaha.

Populasi penelitian meliputi enam unit usaha selada hidroponik, yang seluruhnya dijadikan sampel melalui teknik sampel jenuh atau sensus (Suharmanto et

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

al, 2023). Unit usaha tersebut terdiri atas Hidroponik Ujung Bali, Hanania Hidroponik, dan Rumah Hidroponik di Kota Gorontalo, serta Hidroponik Lestari, Hidroponik Selada, dan Selada Hidroponik di Kabupaten Bone Bolango. Setiap unit usaha diwakili oleh satu responden, yaitu pemilik atau pengelola yang memiliki pengetahuan mengenai operasional dan pengembangan usaha. Dengan demikian, jumlah sampel penelitian adalah enam unit usaha dengan enam responden.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan penyebaran kuesioner kepada seluruh responden. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi budidaya, sarana dan prasarana produksi, proses penanaman hingga panen, pengelolaan usaha, dan aktivitas pemasaran (Irdiana et al, 2023). Wawancara dilakukan berdasarkan pedoman wawancara untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, kendala yang dihadapi, peluang pengembangan, strategi pemasaran, dan faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Kuesioner digunakan untuk memperoleh penilaian responden terhadap faktor strategis berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Akbar et al, 2023). Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi profil usaha, catatan produksi dan pemasaran, dokumen administrasi, publikasi Badan Pusat Statistik, dokumen Dinas Pertanian, jurnal ilmiah, dan buku referensi yang relevan.

Analisis data dilakukan secara bertahap. Pertama, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi eksisting usaha berdasarkan karakteristik usaha, sistem produksi, biaya, pendapatan, pola pemasaran, dan kendala yang dihadapi. Kedua, analisis faktor internal dan eksternal dilakukan melalui penyusunan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS). Faktor internal dikelompokkan menjadi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal diklasifikasikan menjadi peluang dan ancaman. Setiap faktor diberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingannya dan rating berdasarkan kondisi usaha. Skor tertimbang diperoleh dengan mengalikan bobot dan rating setiap faktor, kemudian dijumlahkan untuk memperoleh skor total masing-masing matriks (Ashari et al, 2020).

Ketiga, hasil analisis IFAS dan EFAS digunakan dalam penyusunan matriks *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) untuk merumuskan empat alternatif strategi, yaitu SO (*Strengths–Opportunities*), WO (*Weaknesses–Opportunities*), ST (*Strengths–Threats*), dan WT (*Weaknesses–Threats*). Strategi SO dirumuskan dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang; strategi WO diarahkan untuk mengatasi kelemahan melalui pemanfaatan peluang; strategi ST disusun dengan menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman; sedangkan strategi WT ditujukan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman(Ashari et al, 2020).

Keempat, penentuan prioritas strategi dilakukan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Faktor-faktor strategis dari hasil analisis IFAS dan EFAS digunakan sebagai dasar evaluasi terhadap alternatif strategi yang telah dirumuskan melalui analisis SWOT. Setiap faktor diberikan bobot sesuai tingkat kepentingannya, sedangkan setiap alternatif strategi diberikan nilai daya tarik (*Attractiveness Score* atau AS) berdasarkan kemampuannya dalam merespons faktor strategis terkait. Nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) diperoleh dengan mengalikan bobot faktor dengan nilai AS, kemudian seluruh nilai TAS dijumlahkan untuk setiap alternatif strategi. Alternatif dengan nilai total TAS tertinggi ditetapkan sebagai prioritas utama pengembangan usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango(Ashari et al, 2020).

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Karakteristik Responden

Penelitian dilaksanakan di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Jumlah penduduk pada kedua wilayah berdasarkan data yang dicantumkan dalam sumber penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk di Lokasi Penelitian

Wilayah	Jumlah penduduk (jiwa)
Kota Gorontalo	205.390
Kabupaten Bone Bolango	171.580
Total	**376.970**

Sumber: BPS Provinsi Gorontalo (2025), sebagaimana dicantumkan dalam data penelitian.

Penelitian melibatkan enam responden yang merupakan pemilik atau pengelola usaha selada hidroponik. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan kelompok umur disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur

Karakteristik	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin	Perempuan	3	50
	Laki-laki	3	50
Total jenis kelamin		**6**	**100**
Umur	40–50 tahun	3	50
	50–60 tahun	3	50
Total umur		**6**	**100**

Sumber: Data primer diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 2, responden terdiri atas tiga perempuan dan tiga laki-laki. Berdasarkan kelompok umur, tiga responden berada pada rentang 40–50 tahun dan tiga responden berada pada rentang 50–60 tahun.

2. Kondisi Eksisting Usaha Selada Hidroponik

Kondisi eksisting usaha diidentifikasi melalui wawancara dan pengumpulan data pada enam unit usaha selada hidroponik. Aspek yang dicatat meliputi produksi, sistem budidaya, tenaga kerja, pembiayaan, pemasaran, serta kendala usaha.

2. 1. Pembiayaan dan Modal Usaha

Berdasarkan wawancara dengan enam pelaku usaha, modal usaha, biaya produksi, dan biaya pengemasan sebagian besar bersumber dari dana pribadi pemilik usaha.

2.2. Harga Jual dan Saluran Pemasaran

Hasil wawancara menunjukkan bahwa harga jual selada hidroponik berkisar antara Rp5.000 dan Rp8.000 per satuan produk. Penetapan harga oleh pelaku usaha mempertimbangkan kualitas selada yang dihasilkan. Saluran pemasaran yang digunakan meliputi media sosial serta kemitraan dengan minimarket dan supermarket penyedia bahan makanan.

2.3. Kendala Usaha

Berdasarkan wawancara dengan enam pemilik usaha, kendala yang dilaporkan meliputi kondisi cuaca yang tidak menentu serta serangan hama dan penyakit yang

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

sulit dikendalikan. Kendala tersebut dilaporkan berkaitan dengan penurunan kualitas hasil panen dan penurunan harga jual pada beberapa periode.

Data kuantitatif mengenai volume produksi, jumlah panen, luas instalasi, jumlah tenaga kerja, biaya produksi, pendapatan, dan frekuensi panen masing-masing usaha tidak disajikan secara terperinci dalam teks sumber.

3. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi faktor internal menghasilkan lima faktor kekuatan dan lima faktor kelemahan. Identifikasi faktor eksternal menghasilkan lima faktor peluang dan lima faktor ancaman. Seluruh faktor tersebut dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Faktor Internal dan Eksternal Usaha Selada Hidroponik

Kelompok faktor	No.	Faktor yang teridentifikasi
Kekuatan	S1	Produk selada hidroponik memiliki kualitas yang baik dan konsisten
Kekuatan	S2	Usaha memiliki pelanggan tetap
Kekuatan	S3	Teknologi hidroponik yang digunakan sudah memadai
Kekuatan	S4	Produksi dapat dilakukan secara berkelanjutan sepanjang tahun
Kekuatan	S5	Produk yang dihasilkan lebih sehat dan higienis dibandingkan produk konvensional
Kelemahan	W1	Modal usaha masih terbatas
Kelemahan	W2	Kapasitas produksi belum mampu memenuhi permintaan pasar yang besar
Kelemahan	W3	Keterampilan tenaga kerja dalam teknologi hidroponik masih perlu ditingkatkan
Kelemahan	W4	Promosi dan pemasaran produk masih kurang optimal
Kelemahan	W5	Usaha belum memiliki pencatatan keuangan yang baik
Peluang	O1	Permintaan masyarakat terhadap sayuran sehat terus meningkat
Peluang	O2	Perkembangan teknologi digital memudahkan pemasaran produk
Peluang	O3	Terdapat peluang kerja sama dengan restoran, hotel, dan supermarket
Peluang	O4	Dukungan pemerintah terhadap pertanian modern cukup besar
Peluang	O5	Kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat semakin meningkat
Ancaman	T1	Persaingan usaha hidroponik semakin meningkat
Ancaman	T2	Harga sarana produksi hidroponik sering mengalami kenaikan
Ancaman	T3	Gangguan listrik dapat menghambat proses produksi hidroponik
Ancaman	T4	Perubahan kondisi ekonomi dapat menurunkan daya beli konsumen
Ancaman	T5	Produk sayuran konvensional dijual dengan harga lebih murah

Sumber: Identifikasi faktor berdasarkan observasi, wawancara, dan kuesioner penelitian; diolah (2026).

4. Hasil Analisis Matriks IFAS

Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) memuat bobot, rating, dan skor tertimbang faktor kekuatan serta kelemahan. Hasil penilaian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

No.	Faktor internal	Bobot	Rating	Skor tertimbang (BxR)
Kekuatan				
1	Produk selada hidroponik memiliki kualitas yang baik dan konsisten	0,11	4,50	0,50
2	Usaha memiliki pelanggan tetap	0,12	4,83	0,58
3	Teknologi hidroponik yang digunakan sudah memadai	0,10	4,00	0,40
4	Produksi dapat dilakukan secara berkelanjutan sepanjang tahun	0,11	4,50	0,50
5	Produk yang dihasilkan lebih sehat dan higienis dibandingkan produk konvensional	0,11	4,50	0,50
	Jumlah kekuatan	**0,55**	**22,33**	**2,47**
Kelemahan				
1	Modal usaha masih terbatas	0,09	3,38	0,36
2	Kapasitas produksi belum mampu memenuhi permintaan pasar yang besar	0,07	3,00	0,22
3	Keterampilan tenaga kerja dalam teknologi hidroponik masih perlu ditingkatkan	0,09	3,83	0,36
4	Promosi dan pemasaran produk masih kurang optimal	0,09	3,67	0,33
5	Usaha belum memiliki pencatatan keuangan yang baik	0,09	3,83	0,36
	Jumlah kelemahan	**0,45**	**18,17**	**1,64**
	Total IFAS	**1,00**	**40,50**	**4,11**

Sumber: Data primer diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 4, skor tertimbang kelompok kekuatan dan kelemahan masing-masing tercatat sebesar 2,47 dan 1,64. Total skor tertimbang IFAS adalah 4,11.

5. Hasil Analisis Matriks EFAS

Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS) memuat bobot, rating, dan skor tertimbang faktor peluang serta ancaman. Hasil penilaian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor tertimbang (BxR)
Peluang				
1	Permintaan masyarakat terhadap sayuran sehat terus meningkat	0,11	4,33	0,46
2	Perkembangan teknologi digital memudahkan pemasaran produk	0,10	4,00	0,40
3	Terdapat peluang kerja sama dengan restoran, hotel, dan supermarket	0,12	4,83	0,58
4	Dukungan pemerintah terhadap	0,08	3,17	0,25

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

	pertanian modern cukup besar			
5	Kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat semakin meningkat	0,10	4,17	0,43
	Jumlah peluang	**0,51**	**20,50**	**2,11**
Ancaman				
1	Persaingan usaha hidroponik semakin meningkat	0,09	3,83	0,36
2	Harga sarana produksi hidroponik sering mengalami kenaikan	0,10	4,00	0,40
3	Gangguan listrik dapat menghambat proses produksi hidroponik	0,10	4,17	0,43
4	Perubahan kondisi ekonomi dapat menurunkan daya beli konsumen	0,10	4,00	0,40
5	Produk sayuran konvensional dijual dengan harga lebih murah	0,10	4,00	0,40
	Jumlah ancaman	**0,49**	**20,00**	**1,98**
	Total EFAS	**1,00**	**40,50**	**4,09**

Sumber: Data primer diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 5, skor tertimbang kelompok peluang tercatat sebesar 2,11, sedangkan kelompok ancaman sebesar 1,98. Total skor tertimbang EFAS adalah 4,09.

6. Hasil Matriks Internal-Eksternal (IE)

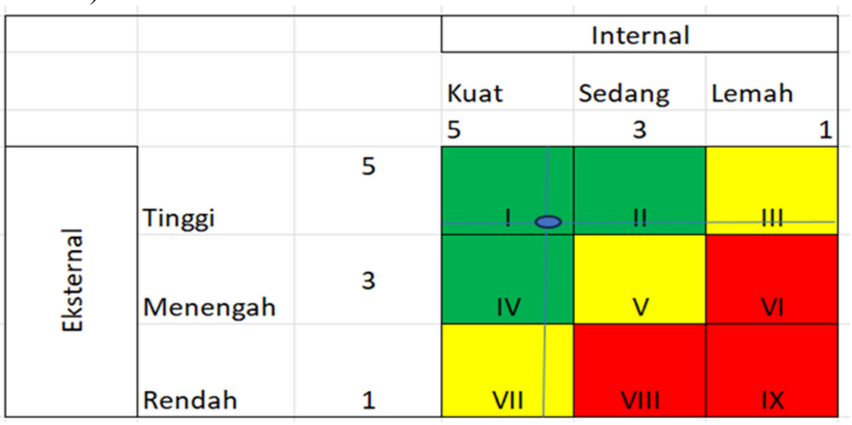
Penentuan posisi pada matriks Internal–Eksternal (IE) menggunakan total skor IFAS sebagai sumbu horizontal dan total skor EFAS sebagai sumbu vertikal. Nilai yang digunakan dalam pemetaan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai Koordinat Matriks Internal–Eksternal

Komponen	Sumbu	Nilai
Total IFAS	X (horizontal)	4,11
Total EFAS	Y (vertikal)	4,09
Posisi matriks IE	Sel I	*Grow and Build*

Sumber: Hasil analisis IFAS dan EFAS, diolah (2026).

Berdasarkan nilai koordinat tersebut, posisi usaha pada matriks IE berada di Sel I (*Grow and Build*).



E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Gambar 1. Posisi usaha pada matriks Internal–Eksternal (IE)

Deskripsi gambar: Matriks IE dengan nilai IFAS 4,11 pada sumbu horizontal (X) dan nilai EFAS 4,09 pada sumbu vertikal (Y); posisi usaha ditandai pada Sel I.

Sumber: Hasil analisis IFAS dan EFAS, diolah (2026).

7. Hasil Matriks Strategi Swot

Hasil penggabungan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menghasilkan empat kelompok strategi, yaitu SO, ST, WO, dan WT. Skor setiap kelompok strategi disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Skor Alternatif Strategi SWOT

Kelompok strategi	Perhitungan	Skor
SO (*Strengths–Opportunities*)	2,47 + 2,11	4,58
ST (*Strengths–Threats*)	2,47 + 1,98	4,45
WO (*Weaknesses–Opportunities*)	1,64 + 2,11	3,75
WT (*Weaknesses–Threats*)	1,64 + 1,98	3,62

Sumber: Hasil analisis matriks IFAS dan EFAS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 7, skor strategi SO adalah 4,58; ST sebesar 4,45; WO sebesar 3,75; dan WT sebesar 3,62. Rincian alternatif strategi yang tercatat dalam matriks SWOT disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Alternatif Strategi Berdasarkan Matriks SWOT

Kelompok strategi	Alternatif strategi
SO	Melakukan ekspansi pasar dan membangun kemitraan *Business-to-Business* (B2B) dengan jaringan restoran, perhotelan, serta supermarket modern.
SO	Mengoptimalkan pemasaran digital dan memperkuat *branding* selada hidroponik yang higienis.
WO	Menyelenggarakan pelatihan teknologi budidaya bagi tenaga kerja dan menerapkan standardisasi operasional (*standard operating procedure*/SOP).
WO	Mengadopsi sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital.
ST	Menerapkan diferensiasi produk dengan menonjolkan kualitas, kesegaran, dan aspek kesehatan produk.
WT	Meningkatkan efisiensi biaya sarana produksi dan menyusun mitigasi risiko teknis terhadap gangguan listrik.

Sumber: Matriks SWOT berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal, diolah (2026).

8. Hasil Analisis Quantitative Straregic Planning Matrix (QSPM)

Enam alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT dinilai menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penilaian berupa *Total Attractiveness Score* (TAS) dan urutan peringkat strategi disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Peringkat Alternatif Strategi Berdasarkan Nilai TAS

Peringkat	Nilai TAS	Alternatif strategi
1	7,03	Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital melalui pemasaran digital secara intensif serta kampanye *branding* produk selada hidroponik yang higienis untuk menyasar segmen pasar yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pola hidup sehat.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

2	6,40	Melakukan ekspansi pasar dan membangun kemitraan B2B dengan jaringan restoran, perhotelan, serta supermarket modern.
3	6,19	Menerapkan diferensiasi produk premium dengan menonjolkan kualitas, kesegaran, dan aspek kesehatan produk untuk mempertahankan pelanggan tetap.
4	6,08	Mengadopsi sistem pencatatan keuangan usaha berbasis aplikasi digital.
5	5,97	Menyelenggarakan pelatihan keterampilan teknologi budidaya bagi tenaga kerja disertai penerapan SOP.
6	5,55	Meningkatkan efisiensi biaya sarana produksi budidaya dan menyusun sistem mitigasi risiko teknis terhadap gangguan pemadaman listrik.

Sumber: Hasil analisis QSPM, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 9, nilai TAS keenam alternatif strategi berada pada rentang 5,55–7,03. Strategi pemasaran digital dan penguatan *branding* menempati peringkat pertama, sedangkan strategi efisiensi biaya sarana produksi dan mitigasi risiko gangguan listrik menempati peringkat keenam.

Pembahasan

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha Selada Hidroponik

Berdasarkan hasil penelitian, usaha sayur selada segar hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango memiliki kondisi internal yang mendukung pengembangan usaha, tetapi masih menghadapi kendala manajerial dan operasional. Kekuatan utama usaha terletak pada keberadaan pelanggan tetap, kualitas produk yang konsisten, kemampuan produksi sepanjang tahun, pemanfaatan teknologi hidroponik, serta karakteristik produk yang lebih sehat dan higienis. Temuan ini menunjukkan bahwa daya saing usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh konsistensi kualitas dan keberhasilan membangun hubungan dengan pelanggan. Keberadaan pelanggan tetap berpotensi menciptakan kesinambungan permintaan, sedangkan kualitas dan kesegaran produk dapat menjadi dasar pembentukan kepercayaan konsumen.

Secara konseptual, kondisi tersebut memperlihatkan pentingnya pengelolaan sumber daya internal sebagai dasar pengembangan keunggulan bersaing. Teknologi hidroponik memungkinkan pengendalian pertumbuhan tanaman dan pemberian nutrisi secara lebih terukur sehingga dapat mendukung konsistensi kualitas dan kesinambungan produksi. Meskipun demikian, keunggulan tersebut belum sepenuhnya menghasilkan kinerja usaha yang optimal karena masih terdapat keterbatasan modal, kapasitas produksi, keterampilan tenaga kerja, promosi, dan pencatatan keuangan. Dengan demikian, potensi teknis produksi perlu diimbangi dengan penguatan kemampuan manajerial agar keunggulan produk dapat diterjemahkan menjadi peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha.

Keterbatasan modal dan kapasitas produksi menunjukkan adanya hubungan antara kemampuan finansial dan kemampuan usaha dalam memenuhi permintaan pasar. Ketika peluang pasar meningkat, keterbatasan modal dapat menghambat penambahan instalasi hidroponik maupun penyediaan sarana produksi yang diperlukan untuk meningkatkan volume hasil panen. Sementara itu, pencatatan keuangan yang belum tertata dapat membatasi kemampuan pemilik usaha dalam mengevaluasi biaya produksi, menentukan harga jual, menghitung keuntungan, dan merencanakan kebutuhan modal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengembangan usaha perlu dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi, yaitu peningkatan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

kapasitas produksi yang disertai perbaikan pengelolaan keuangan, kompetensi tenaga kerja, dan efektivitas pemasaran.

Dari sisi eksternal, meningkatnya permintaan terhadap sayuran sehat, perkembangan pemasaran digital, peluang kemitraan dengan restoran, hotel, dan supermarket, serta dukungan pemerintah terhadap pertanian modern merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar. Peluang tersebut relevan dengan karakteristik selada hidroponik yang dapat dipasarkan kepada konsumen yang memperhatikan kualitas, kebersihan, dan kesegaran pangan. Pemasaran digital juga membuka kesempatan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, menyampaikan informasi produk, dan mempertahankan komunikasi dengan pelanggan tanpa sepenuhnya bergantung pada penjualan langsung.

Namun, peluang tersebut tidak secara otomatis menghasilkan pertumbuhan usaha. Pemanfaatannya bergantung pada kemampuan pelaku usaha menjaga kontinuitas pasokan, memenuhi standar kualitas, dan menyesuaikan volume produksi dengan kebutuhan pelanggan. Kerja sama dengan pasar kelembagaan, misalnya, berpotensi memperluas akses penjualan, tetapi juga menuntut konsistensi pasokan dan ketepatan pemenuhan pesanan. Oleh karena itu, pengembangan pasar perlu diselaraskan dengan kesiapan operasional agar peningkatan permintaan tidak menimbulkan ketidakmampuan memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada saat yang sama, persaingan antarusaha hidroponik, kenaikan harga sarana produksi, gangguan listrik, perubahan daya beli masyarakat, dan harga sayuran konvensional yang relatif lebih rendah menjadi faktor yang dapat membatasi perkembangan usaha. Ancaman tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk saja belum tentu cukup untuk mempertahankan daya saing, khususnya ketika konsumen memiliki alternatif produk dengan harga lebih murah. Pelaku usaha perlu mengomunikasikan nilai tambah selada hidroponik secara tepat melalui informasi mengenai kesegaran, kebersihan, dan konsistensi kualitas, tanpa mengabaikan efisiensi biaya produksi.

Gangguan listrik juga memperlihatkan pentingnya pengelolaan risiko teknis dalam sistem produksi hidroponik yang menggunakan pompa atau sirkulasi larutan nutrisi. Gangguan operasional yang tidak diantisipasi berpotensi memengaruhi kondisi tanaman dan kesinambungan produksi. Oleh sebab itu, pengendalian biaya dan mitigasi risiko perlu ditempatkan sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha, bukan sekadar tindakan korektif ketika masalah terjadi.

Keterkaitan Temuan dengan Penilitian Terdahulu

Temuan penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian Audia, Christoporus, dan Akrab (2023) mengenai strategi pengembangan usahatani selada pada Cakrawala Hidroponik di Kabupaten Sigi serta penelitian Waliyanti, Jusni, dan Diansari (2022) mengenai strategi usaha sayuran hidroponik di Green Top Farm, Kota Makassar. Kedua penelitian tersebut menggunakan analisis SWOT untuk mengkaji strategi pengembangan usaha sehingga relevan sebagai pembanding dari sisi pendekatan analitis dan karakteristik komoditas yang diteliti.

Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa pengembangan usaha selada hidroponik perlu mempertimbangkan keterkaitan antara kondisi internal dan lingkungan eksternal. Kekuatan berupa kualitas produk, pelanggan tetap, dan kemampuan produksi sepanjang tahun perlu dihubungkan dengan peluang pertumbuhan permintaan serta perluasan saluran pemasaran. Sebaliknya, kelemahan dalam aspek permodalan, pengelolaan keuangan, dan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

kapasitas produksi perlu diperhatikan ketika pelaku usaha merumuskan strategi untuk menghadapi persaingan dan ketidakpastian biaya operasional.

Meskipun demikian, kesamaan penggunaan metode SWOT tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa hasil strategi pada penelitian ini identik dengan temuan kedua penelitian terdahulu. Perbandingan langsung mengenai kesesuaian atau perbedaan rekomendasi strategi memerlukan informasi yang terverifikasi mengenai hasil dan kesimpulan masing-masing penelitian. Oleh karena itu, kontribusi penelitian ini terletak pada pemetaan kondisi spesifik enam unit usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango serta penentuan prioritas strategi berdasarkan hasil analisis SWOT dan QSPM. Pendekatan tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana kondisi internal dan eksternal pada konteks wilayah penelitian dapat digunakan untuk menyusun arah pengembangan usaha yang lebih terukur.

Implikasi Matriks Internal-Eksternal dan Analisis SWOT terhadap Strategi Pengembangan

Hasil analisis matriks Internal-Eksternal (IE) menempatkan usaha selada hidroponik pada sel I atau posisi *Grow and Build* berdasarkan pengelompokan yang digunakan dalam penelitian. Posisi tersebut mengindikasikan arah pengembangan yang menekankan pertumbuhan usaha melalui pemanfaatan kekuatan internal dan peluang eksternal. Implikasi utamanya adalah bahwa pelaku usaha perlu mengembangkan pasar dan memperkuat kemampuan operasional secara bersamaan, bukan hanya meningkatkan produksi atau promosi secara terpisah.

Arah tersebut diperkuat oleh hasil matriks SWOT yang menunjukkan bahwa strategi *Strengths-Opportunities* (SO) memperoleh skor tertinggi dibandingkan alternatif strategi lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar merupakan pilihan yang paling menarik berdasarkan penilaian dalam matriks yang digunakan. Kualitas produk, pelanggan tetap, dan kemampuan produksi sepanjang tahun dapat dijadikan modal untuk memperluas jangkauan pemasaran, membangun hubungan dengan calon pembeli kelembagaan, dan meningkatkan promosi melalui media digital.

Secara praktis, strategi SO dapat diwujudkan melalui pengembangan konten pemasaran yang konsisten, penyampaian informasi mengenai karakteristik produk, dan pembentukan kerja sama dengan restoran, hotel, serta supermarket. Strategi tersebut memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan keunggulan produk sekaligus mengurangi ketergantungan pada saluran penjualan yang terbatas. Namun, penerapan strategi pertumbuhan perlu mempertimbangkan kapasitas produksi dan ketersediaan modal. Peningkatan permintaan yang tidak disertai kesiapan pasokan justru dapat mengurangi kepercayaan pelanggan apabila pesanan tidak terpenuhi secara konsisten.

Strategi *Strengths-Threats* (ST) juga memiliki arti penting karena membantu pelaku usaha menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi persaingan dan risiko eksternal. Dalam konteks penelitian ini, konsistensi kualitas dan hubungan dengan pelanggan dapat dimanfaatkan untuk mempertahankan konsumen ketika menghadapi produk substitusi yang lebih murah. Sementara itu, strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) menekankan perlunya memanfaatkan peluang pasar untuk mendorong perbaikan kapasitas produksi, keterampilan tenaga kerja, promosi, dan pengelolaan keuangan. Adapun strategi *Weaknesses-Threats* (WT) relevan untuk mengurangi kerentanan usaha melalui pengendalian biaya dan mitigasi gangguan operasional.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Walaupun hasil matriks IE dan SWOT memberikan arah strategis, interpretasinya perlu memperhatikan konsistensi metodologis. Nilai IFAS dan EFAS yang diperoleh harus dievaluasi berdasarkan skala penilaian, rentang kategori, serta aturan penempatan pada matriks IE yang benar-benar digunakan. Hal ini penting karena posisi strategis yang dihasilkan bergantung pada sistem kategorisasi tersebut. Dengan demikian, penetapan posisi *Grow and Build* perlu didukung oleh kesesuaian antara prosedur perhitungan dan pedoman interpretasi matriks agar kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Prioritas Strategi Berdasarkan Analisis QSPM

Hasil analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) menempatkan optimalisasi teknologi digital melalui pemasaran intensif dan kampanye merek selada hidroponik yang higienis kepada konsumen yang peduli terhadap kesehatan sebagai strategi prioritas. Hasil ini menunjukkan bahwa pemasaran digital dinilai memiliki daya tarik relatif paling tinggi berdasarkan faktor internal dan eksternal serta bobot dan penilaian yang digunakan dalam penelitian. Prioritas tersebut selaras dengan kebutuhan untuk memperluas jangkauan pasar, memperkuat pengenalan produk, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan.

Secara substantif, strategi pemasaran digital relevan karena kelemahan promosi masih menjadi salah satu kendala usaha, sedangkan perkembangan teknologi digital merupakan peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan. Melalui media digital, pelaku usaha dapat menyajikan informasi mengenai produk, menampilkan foto hasil panen, mencantumkan informasi pemesanan, serta membangun komunikasi secara rutin dengan konsumen. Upaya tersebut dapat membantu membentuk persepsi mengenai kualitas dan kebersihan produk sekaligus mempermudah konsumen memperoleh informasi sebelum melakukan pembelian.

Meskipun demikian, pemasaran digital perlu dipahami sebagai sarana pengembangan pasar, bukan jaminan langsung atas peningkatan penjualan. Efektivitasnya bergantung pada kesesuaian informasi yang disampaikan dengan kualitas produk yang diterima konsumen, kemampuan merespons pesanan, dan ketersediaan produk. Oleh karena itu, intensifikasi promosi perlu disertai pengelolaan produksi dan pelayanan pelanggan yang memadai. Kampanye merek yang menekankan kebersihan dan kualitas juga harus didukung oleh praktik produksi serta penanganan pascapanen yang konsisten agar klaim produk dapat dipertanggungjawabkan.

Prioritas berikutnya adalah perluasan pasar dan pengembangan kerja sama dengan restoran, hotel, serta supermarket. Strategi ini berpotensi membantu pelaku usaha memperoleh pelanggan kelembagaan dan membangun pola permintaan yang lebih terencana. Kemitraan tersebut dapat mengurangi ketergantungan pada penjualan langsung kepada konsumen perorangan, sekaligus membuka peluang penjualan dalam volume yang lebih besar. Namun, kerja sama perlu dirancang dengan mempertimbangkan kapasitas pasokan, persyaratan kualitas, jadwal pengiriman, dan kesepakatan harga agar manfaat ekonominya tetap sejalan dengan kemampuan usaha.

Strategi diferensiasi produk yang menekankan kesegaran dan manfaat selada hidroponik juga berperan dalam memperkuat posisi produk di tengah persaingan dengan sayuran konvensional yang relatif lebih murah. Diferensiasi dapat membantu konsumen memahami alasan memilih produk berdasarkan nilai yang ditawarkan, bukan semata-mata harga. Akan tetapi, komunikasi mengenai manfaat produk harus disampaikan secara proporsional dan didukung karakteristik yang benar-benar dapat

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

dipertanggungjawabkan. Pendekatan ini penting agar pembentukan citra produk tidak bergantung pada klaim promosi yang berlebihan.

Selain pengembangan pasar, hasil QSPM menunjukkan relevansi strategi pencatatan keuangan digital untuk mendukung pengajuan modal dan akses terhadap program pemerintah. Pencatatan keuangan yang sistematis dapat membantu pelaku usaha mengidentifikasi biaya produksi, mengevaluasi keuntungan, memperkirakan kebutuhan modal, dan menyediakan informasi yang lebih tertib ketika mengajukan pembiayaan. Dengan demikian, digitalisasi pengelolaan keuangan dapat berfungsi sebagai instrumen pendukung keputusan usaha, bukan sekadar kegiatan administratif.

Peningkatan keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan dan penerapan standar operasional prosedur juga diperlukan untuk menjaga konsistensi proses produksi dan kualitas hasil panen. Sementara itu, pengendalian biaya sarana produksi dan mitigasi risiko gangguan listrik dapat membantu mengurangi kerentanan operasional. Walaupun kedua strategi tersebut memperoleh prioritas relatif lebih rendah dalam hasil QSPM, hal tersebut tidak berarti bahwa keduanya dapat diabaikan. Pengembangan pemasaran dan perluasan pasar tetap memerlukan tenaga kerja yang kompeten, proses produksi yang andal, serta pengendalian biaya agar pertumbuhan usaha tidak meningkatkan risiko kerugian.

Urutan strategi berdasarkan QSPM perlu ditafsirkan sebagai prioritas relatif sesuai dengan faktor, bobot, dan penilaian daya tarik yang digunakan dalam analisis. Nilai yang lebih tinggi tidak menjamin bahwa suatu strategi akan selalu memberikan hasil terbaik pada setiap unit usaha. Perbedaan modal, kapasitas produksi, keterampilan tenaga kerja, jaringan pemasaran, dan kondisi permintaan dapat memengaruhi kelayakan implementasinya. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyesuaikan penerapan strategi dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing, sembari mempertahankan arah pengembangan yang konsisten dengan hasil analisis.

Implikasi Teoretis dan Praktis bagi Pengembangan Usaha

Secara teoretis, penelitian ini memperlihatkan kegunaan analisis SWOT, matriks IE, dan QSPM sebagai rangkaian alat untuk menghubungkan identifikasi kondisi usaha dengan penentuan prioritas strategi. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman; matriks IE memberikan gambaran mengenai arah pengembangan berdasarkan kondisi internal dan eksternal; sedangkan QSPM membantu membandingkan daya tarik relatif alternatif strategi. Penggunaan ketiga alat tersebut memberikan kerangka analitis yang lebih terstruktur untuk merumuskan strategi pengembangan usaha selada hidroponik.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa keunggulan produk dan peluang pasar perlu didukung oleh kemampuan manajemen dan operasional. Kualitas produk serta akses terhadap konsumen merupakan modal penting, tetapi pemanfaatannya bergantung pada ketersediaan modal, pencatatan keuangan, keterampilan tenaga kerja, dan kesinambungan pasokan. Dengan demikian, pengembangan usaha selada hidroponik perlu dipahami sebagai proses yang mengintegrasikan aspek produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan pengelolaan risiko.

Secara praktis, pelaku usaha perlu memprioritaskan penguatan pemasaran digital dan pengembangan merek, kemudian mengintegrasikannya dengan perluasan jaringan penjualan dan kemitraan kelembagaan. Pelaksanaan strategi tersebut perlu

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

didukung oleh pencatatan keuangan yang lebih tertib, peningkatan keterampilan tenaga kerja, penerapan standar operasional prosedur, serta pengendalian biaya sarana produksi. Pelaku usaha juga perlu mengevaluasi kemampuan pasokan sebelum memperluas pasar agar peningkatan permintaan dapat dipenuhi tanpa mengorbankan konsistensi kualitas dan pelayanan.

Bagi pemangku kepentingan yang mendukung pengembangan pertanian modern, hasil penelitian ini menunjukkan relevansi fasilitasi pelatihan manajemen usaha, literasi keuangan digital, penguatan pemasaran, dan peningkatan keterampilan teknis produksi. Dukungan tersebut dapat diarahkan untuk membantu pelaku usaha mengatasi kendala internal yang menghambat pemanfaatan peluang pasar. Namun, bentuk dukungan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan aktual masing-masing usaha agar intervensi yang diberikan benar-benar menjawab hambatan yang dihadapi.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini melibatkan enam unit usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Oleh karena itu, temuan yang diperoleh terutama menggambarkan kondisi usaha yang menjadi objek penelitian dan belum dapat digeneralisasikan secara langsung kepada seluruh usaha selada hidroponik di wilayah lain. Perbedaan skala produksi, karakteristik konsumen, akses modal, dan kondisi persaingan dapat menghasilkan prioritas strategi yang berbeda pada konteks usaha lainnya.

Selain itu, hasil QSPM bergantung pada pemilihan faktor strategis, bobot kepentingan, dan penilaian daya tarik yang digunakan dalam proses analisis. Perubahan pada komponen tersebut dapat memengaruhi urutan prioritas strategi. Oleh sebab itu, konsistensi perhitungan dan ketepatan penilaian perlu dipastikan sebelum rekomendasi dijadikan dasar pengambilan keputusan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah dan cakupan unit usaha, melibatkan lebih banyak karakteristik pasar, serta mengevaluasi pelaksanaan strategi dalam jangka waktu tertentu untuk mengetahui kesesuaiannya dengan kondisi aktual dan kontribusinya terhadap kinerja usaha.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha selada segar hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango perlu diarahkan pada pemanfaatan keunggulan produk dan peluang pasar melalui pemasaran digital, perluasan kemitraan, serta diferensiasi produk. Keberhasilan strategi tersebut tetap bergantung pada penguatan manajemen keuangan, kesiapan kapasitas produksi, kompetensi tenaga kerja, dan kemampuan mengendalikan risiko operasional. Integrasi aspek pemasaran dan pengelolaan usaha menjadi landasan penting agar pengembangan pasar dapat berlangsung secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Usaha sayur selada segar hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango memiliki potensi pengembangan yang didukung oleh kualitas dan kesegaran produk, pelanggan tetap, serta kemampuan produksi sepanjang tahun. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan modal dan kapasitas produksi, pengelolaan keuangan yang belum tertata, promosi digital yang belum maksimal, serta keterampilan tenaga kerja yang perlu ditingkatkan. Di samping itu, persaingan pasar dan kenaikan biaya sarana produksi menjadi tantangan yang perlu diantisipasi untuk menjaga keberlanjutan usaha.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Strategi pengembangan yang menjadi prioritas adalah optimalisasi pemasaran digital dan penguatan *branding* selada hidroponik yang higienis untuk menjangkau konsumen yang peduli terhadap kesehatan. Strategi ini perlu didukung oleh perluasan kemitraan dengan restoran, hotel, dan supermarket, diferensiasi produk, perbaikan pencatatan keuangan, peningkatan keterampilan tenaga kerja, serta pengendalian biaya dan mitigasi risiko operasional. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada integrasi strategi pemasaran, penguatan manajemen, dan kesiapan kapasitas produksi.

Pelaku usaha disarankan mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan platform digital lainnya dengan menyajikan informasi produk, kualitas, kesegaran, serta mekanisme pemesanan secara konsisten. Upaya tersebut perlu diikuti dengan penguatan identitas merek, penjajakan kemitraan pemasaran, dan penyesuaian kapasitas produksi terhadap permintaan agar peningkatan penjualan tidak mengganggu kontinuitas pasokan. Selain itu, pencatatan keuangan secara teratur dan pengendalian biaya produksi perlu diterapkan untuk mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih terukur.

Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan memfasilitasi pelatihan teknis hidroponik, pendampingan pemasaran digital dan manajemen keuangan, peningkatan keterampilan tenaga kerja, serta akses permodalan dan jaringan kemitraan. Dukungan tersebut perlu disesuaikan dengan kendala aktual pelaku usaha agar dapat memperkuat kapasitas produksi dan daya saing secara berkelanjutan. Selanjutnya, penelitian mendatang disarankan memperluas cakupan unit usaha dan mengkaji kelayakan finansial, rantai pasok, perilaku konsumen, serta efektivitas pemasaran digital untuk menguji keberhasilan strategi yang direkomendasikan. Mengingat penelitian ini terbatas pada enam unit usaha, penerapan hasilnya pada wilayah atau skala usaha lain perlu mempertimbangkan perbedaan karakteristik usaha dan kondisi pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Gorontalo atas dukungan institusional dalam pelaksanaan penelitian ini, serta kepada para pemilik enam unit usaha selada hidroponik di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango (Hidroponik Ujung Bali, Hanania Hidroponik, Rumah Hidroponik, Hidroponik Lestari, Hidroponik Selada, dan Selada Hidroponik) atas kesediaannya berpartisipasi memberikan data utama sebagai responden. Apresiasi juga disampaikan kepada Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Gorontalo dan Dinas Pertanian atas penyediaan data sekunder yang sangat membantu kelancaran dan penyelesaian riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., Harianto, & Nahrowi. (2023). Strategi pengembangan bank pakan sapi dengan pendekatan model bisnis kanvas. Jurnal Agribisnis Indonesia, 11(2), 287–298. https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.287-298

Ashari, U., Abidin, Z., & Tangahu, M. R. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran emping jagung IKM Al-Fazal Kabupaten Bone Bolango. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 4(4), 794–807. https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.04.09

Izzinnahdi, A., Murdiantoro, R, A., & Armin, E, U (2021). View of Otomatisasi Monitoring Metode Budidaya Sistem Hidroponik dengan Internet of Things (Iot) Berbasis Android MQTT dan Tenaga Surya. Journal of Telecommunication

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Electronics and Control Engineering (JTECE). https://journal.ittelkom-pwt.ac.id/index.php/jtece/article/view/258/129

Economics, A., & Library, D. (2022). Leveraging automation and digitalization for precision agriculture: Evidence from the case studies. In Leveraging automation and digitalization for precision agriculture: Evidence from the case studies. https://doi.org/10.4060/cc2912en

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). Hydroponics systems for smallholder vegetable production. In The State of Food and Agriculture.

Handayani, M., & Muhidin. (2022). Sistem pengendali nutrisi dan pH air pada tanaman hidroponik selada. JuTEkS (Jurnal Teknik Elektro dan Sains), 9(2), 1–7. https://doi.org/10.32832/juteks.v9i2.13505

Intan Audia, T., & Akrab, A. (2023). Strategi Pengembangan Usahatani Selada Pada Cakrawala Hidroponik Di Desa Loru Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi Strategy For Development Lettuce Farming On The Cakrawala Hydroponic In Loru Village, Sigi Biromaru District, Sigi Regency. J. Agrotekbis, 11(6), 1554–1560. Https://Doi.Org/10.22487/Agrotekbis.V11i6.2012

Irdiana, E., Nurliza, & Kurniati, D. (2023). Keberhasilan penyuluhan melalui karakteristik penyuluh dan petani. Jurnal Agribisnis Indonesia, 11(2), 247–261. https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.247-261

Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2022). Sistem Smart Green House dan Smart Farming Sebagai Pendongkrak Produktivitas Tanaman Hortikultura. https://upland.psp.pertanian.go.id/artikel/1672411257/sistem-smart-green-house-sebagai-pendongkrak-produktivitas-tanaman

Organization of the United Nations, A. (2012). Food Insecurity in the World. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). http://www.fao.org/catalog/inter-e.htm

Pusat Statistik Provinsi Gorontalo, B. (2025). STATISTIK DAERAH PROVINSI GORONTALO. 15, 2025. https://gorontalo.bps.go.id/id/publication/2025/09/26/17b12bb4bd66c2240ef3dad3

Suharmanto, S., Sudarwati, S., & Istiatin, I. (2023). Nurse performance viewed from motivation discipline leadership and environment. Enrichment: Journal of Management, 13(3), 1726–1738. https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i3.1518

Waliyanti, N. I. J. D. P. (2022). Tampilan Analisis Strategi Usaha Sayuran Hidroponik Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar (Studi Kasus di Green Top Farm). Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 18(3), 201–209.