

STRATEGI PENGEMBANGAN PT SAYURAN SIAP SAJI DI DESA SUKAMANAH KECAMATAN MEGAMENDUNG KABUPATEN BOGOR

Oleh

Tiara Kartika Sari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal, lingkungan eksternal, sikap pelanggan, serta strategi pengembangan agribisnis PT Sayuran Siap Saji. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus di PT Sayuran Siap Saji. Responden penelitian adalah karyawan, pelanggan PT Sayuran Siap Saji, serta Dinas Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Bogor dan Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bogor. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif (SWOT) dan deskriptif kuantitatif (analisis sikap pelanggan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kekuatan utama PT Sayuran Siap Saji adalah kualitas produk yang baik, sedangkan kelemahan utama adalah tidak adanya promosi, (2) peluang utama PT Sayuran Siap Saji adalah meningkatnya jumlah restoran yang membutuhkan produk sayuran *fresh cut*, sedangkan ancaman utama adalah pelanggan beralih ke perusahaan lain, (3) nilai sikap pelanggan terbesar pada atribut PT Sayuran Siap Saji adalah atribut ketepatan waktu pengiriman, (4) strategi prioritas utama PT Sayuran Siap Saji adalah mengelola fungsi manajemen dengan lebih baik agar berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, perkembangan teknologi, dan loyalitas pelanggan. Selain itu, menjaga kualitas produk agar tetap bersertifikat HACCP dengan menggunakan bahan baku yang baik, teknologi yang sesuai dan adanya spesialisasi tenaga kerja, serta melakukan kegiatan promosi.

Kata Kunci : sayuran *fresh cut*, sikap pelanggan, strategi pengembangan

**THE DEVELOPMENT STRATEGY OF PT SAYURAN SIAP SAJI AT
SUKAMANAH VILLAGE MEGAMENDUNG SUBDISTRICT
BOGOR REGENCY**

By

Tiara Kartika Sari

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the internal environment, external environment, the customers attitude, and the development strategy of agribusiness in PT Sayuran Siap Saji. This research used a case study method in PT Sayuran Siap Saji. Respondents of this research were employee and customers of PT Sayuran Siap Saji, and Department of Agriculture and Forestry Bogor District and Department of Cooperative, UKM, Industry, and Trade Bogor District. Data analysis method that used in this research were descriptive qualitative analysis (SWOT) and descriptive quantitative (analysis of customer attitudes). The result showed that: (1) the main strength of PT Sayuran Siap Saji was a good product quality, while the main weakness was the lack of promotion, (2) the main opportunity of PT Sayuran Siap Saji was increasing number of restaurants that require fresh cut vegetable products, while the main threat was the customers switch to another company, (3) the biggest of customers attitude value to the attributes PT Sayuran Siap Saji was an on time delivery attribute, (4) the main priority strategy of PT Sayuran Siap Saji was manage a better management functions to affect the performance of the company, technology development, and customers loyalty. In addition, maintained product quality in order to remain certified HACCP with used good raw materials, appropriated technology and the specialization of labor, and did a promotion activities.

Key words: customers attitude, development strategy, fresh cut vegetable