

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya peluang pasar yang ada dengan adanya program bantuan pemerintah (BANPER) untuk menjalankan program swasembada kedelai yang ingin dicapai pemerintah pada tahun 2020 serta kebutuhan benih kedelai di tahun 2019 sebanyak 43.000 ton untuk seluruh wilayah Indonesia. Ketatnya persaingan produsen benih kedelai khususnya di Jawa Tengah yang pada akhirnya mempengaruhi penjualan benih UD. Sujinah dan Posisi PB.UD. Sujinah sebagai pemimpin atau produsen terbesar di Jawa Tengah dalam penjualan benih kedelai bersertifikat.

Pada produsen benih UD. Sujinah memiliki permasalahan yang berasal dari internal maupun eksternal sehingga menghambat dalam memenangkan peluang pasar yang ada. Padahal, posisi UD. Sujinah dengan pertumbuhan penjualan mencapai 48,12% dan pertumbuhan produksi sebesar 30,5% menjadikannya sebagai *market leader* produsen benih kedelai di Jawa Tengah. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan benih kedelai di Jawa Tengah dan luar wilayah Jawa Tengah dengan adanya peluang pasar yang besar diperlukan strategi bisnis yang tepat bagi UD. Sujinah yang dapat diperoleh dengan menganalisis faktor lingkungan eksternal dan internal sehingga akan menghasilkan beberapa alternatif strategi bisnis yang dapat direkomendasikan kepada UD. Sujinah untuk menangkap peluang pasar

Perumusan strategi dilakukan dengan pendekatan manajemen strategi yaitu terdapat tiga tahap yaitu *input stage*, *matching stage* dan *decision stage*. *Input stage* dilakukan dengan menggunakan matriks IFE dan EFE, sedangkan *matching stage* menggunakan matriks SWOT dan Matriks IE dan *decision stage* menggunakan matriks QSPM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dimana kuantitatif digunakan untuk memfasilitasi kualitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah narasumber sebanyak 6 orang yang berasal dari internal, pesaing perusahaan, pelanggan, ikatan produsen dan pengawas benih. Dalam penelitian ini digunakan uji *credibility* melalui triangulasi dan pengecekan anggota untuk menguji instrumen wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan skor Matriks EFE sebesar 2,79 dan skor Matriks IFE sebesar 3,21, sehingga posisi UD Sujinah dalam Matriks IE berada pada kuadran IV, yaitu strategi *grow and build*. Pada Matriks QSPM yang menjadi strategi prioritas dengan skor TAS 6,25 yaitu mengembangkan pasar dengan merekrut pegawai pemasaran dan memperbanyak kerjasama pemasaran/ngesub dengan perusahaan atau produsen benih lainnya lain di wilayah Jawa Timur dan Luar Pulau Jawa.

Kata Kunci: Benih Kedelai, EFE, IFE, SWOT, QSPM