Proprietary

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi Pertumbuhan Bisnis Budidaya Larva BSF Berbasis Pengolahan Limbah Organik
Syifa Aulia, Amirullah Setya Hardi, S.E., Cand.Oecan., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pertumbuhan bisnis pengolahan limbah organik berbasis budidaya larva BSF di Joglo Larva Center. Beberapa strategi pertumbuhan sebelumnya telah dilakukan oleh perusahaan seperti memperluas cakupan pengumpulan sampah organik dapur sebanyak 25% menjadi 250 kepala keluarga. Namun sudah setengah tahun berjalan, Joglo Larva Center tidak menampakkan peningkatan pendapatan jika dibandingkan dengan tahun lalu. Jenis penelitian yang dilakukan dalam tesis ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat studi kasus pada Joglo Larva Center dengan cara menggambarkan kondisi eksternal dan internal perusahaan melalui wawancara serta menggunakan data kuesioner untuk mengetahui strategi pertumbuhan yang tepat untuk JLC. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan langsung (observasi), melalui wawancara dan pengisian kuesioner, dan data sekunder diperoleh dari studi literatur, data dari internet, penelitian sebelumnya, dan data-data pendukung lainnya. Analisa strategi pertumbuhan JLC dilakukan dengan mengidentifikasi faktor strategis internal dan eksternal, yang kemudian dituangkan dalam Matriks *IFE* dan *EFE* yang selanjutnya dianalisa menggunakan matriks *IE*. Tahap terakhir adalah pengambilan keputusan pilihan strategi pertumbuhan terbaik menggunakan matriks *QSPM* agar dapat mengetahui prioritas strategi yang paling relevan dijalankan dengan kondisi perusahaan terkini.

Dari hasil analisis menggunakan matriks *IE* diperoleh hasil bahwa posisi JLC berada dalam sel V, yang artinya perusahaan mempunyai posisi yang cukup baik dalam persaingan. Strategi kedepannya yang bisa diterapkan oleh JLC adalah strategi *market penetration* atau *product development*. Hasil penelitian menggunakan matriks *QSPM* menunjukkan bahwa JLC kedepannya sebaiknya menjalankan strategi *market penetration* yaitu fokus pada *niche market* komunitas hobi dengan cara melakukan pendekatan ke komunitas pecinta ikan hias, burung hias dan burung kicau.

Kata Kunci : Joglo Larva Center, Larva BSF, Strategi Pertumbuhan

Proprietary

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi Pertumbuhan Bisnis Budidaya Larva BSF Berbasis Pengolahan Limbah Organik
Syifa Aulia, Amirullah Setya Hardi, S.E., Cand.Oecan., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research aims to analyze business growth strategies for organic waste processing based on Black Soldier Fly (BSF) larvae cultivation in Joglo Larva Center. Several growth strategies have previously been implemented by the company, such as expanding the coverage of kitchen organic waste collection by 25% to reach 250 households. However, after six months, Joglo Larva Center (JLC) has not shown any increase in revenue compared to the previous year. The type of research conducted in this thesis is descriptive quantitative research in the form of a case study on Joglo Larva Center, by describing the company's external and internal conditions through interviews and using questionnaire data to determine the most appropriate growth strategy for JLC. The data used in this study consists of two types: primary and secondary data. Primary data were obtained from direct observation, interviews, and questionnaire responses, while secondary data were collected from literature reviews, online sources, previous studies, and other supporting data. The analysis of JLC's growth strategy was carried out by identifying internal and external strategic factors, which were then presented in the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices, followed by analysis using the Internal-External (IE) matrix. The final stage was selecting the best growth strategy using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to determine the priority strategy most relevant to the company's current condition.

The results of the IE matrix analysis indicate that JLC is positioned in cell V, meaning the company holds a fairly strong position in the market. Future strategies that can be applied by JLC include market penetration or product development. The QSPM analysis results show that JLC should implement a market penetration strategy by focusing on the niche hobbyist community, specifically by approaching communities of ornamental fish enthusiasts, ornamental bird keepers, and songbird hobbyists.

Keywords: Joglo Larva Center, BSF Larvae, Growth Strategy