

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Pemikiran

1. Konsepsi Usahatani Cabai Merah

1.1 Sistematika Tanaman Cabai

Menurut Rukmana (2001) tanaman cabai dalam sistematika (*toksonomi*) tumbuhan diklasifikasikan sebagai berikut:

<i>Kingdom</i>	: <i>Plantae</i> (tumbuh-tumbuhan)
<i>Divisi</i>	: <i>Spermatophyta</i> (tumbuhan berbiji)
<i>Subdivisi</i>	: <i>Angiospermae</i> (berbiji tertutup)
<i>Kelas</i>	: <i>Dicotyledonae</i> (biji berkeping dua)
<i>Ordo</i>	: <i>Tubiflorae</i>
<i>Famili</i>	: <i>Solanaceae</i>
<i>Genus</i>	: <i>Capsicum</i>
<i>Species</i>	: <i>Capsicum annuum</i>

Dari *genus capsicum* terdapat lebih kurang 20-30 *species* cabai. Termasuk diantaranya lima *species* yang telah dibudidayakan. Karakteristik lima *species* cabai yang telah dibudidayakan tersebut adalah:

(1) *Capsicum annuum* (*Capsicum annuum* var. *Annuum*).

Cabai jenis ini memiliki tangkai daun panjang, helai daun tunggal berbentuk *ovale* atau *lanceolate*, agak kaku, berwarna hijau sampai hijau tua, dengan tepi yang rata. Daun tumbuh pada tunas-tunas samping secara berurutan, sedangkan pada batang utama daun tunggal tersebut tersusun secara spiral. Bunga tumbuh tunggal atau kadang-kadang berkelompok pada setiap ruas. Pada saat *anthesis*, tangkai bunga umumnya merunduk. Setiap bunga mempunyai lima helai daun bunga dan lima atau enam helai mahkota bunga yang berwarna putih susu,

kadang-kadang ungu. Bunga cabai mempunyai satu kepala putik (stigma), berbentuk bulat, dengan benang sari yang berjumlah enam buah. Daging buah umumnya renyah atau kadang-kadang lunak. Biji berwarna kuning muda. Jenis cabai ini bersifat *fasciculate*, yaitu sifat tanaman yang buku-bukunya memendek dan terdapat 4-8 bunga atau buah pada satu ruas. Jenis cabai ini memiliki jumlah kromosom $2n = 24$.

(2) *Capsicum frutescens*.

Cabai jenis ini mempunyai tangkai daun pendek, helai daun tunggal berbentuk *ovale*, pundak lebar, berwarna hijau atau agak cokelat keunguan dan mengkilat. Bunganya tumbuh tunggal atau kadang-kadang bersifat *fasciculate*. Tangkai bunga tegak saat *anthesis*, tetapi dengan kuntum bunga yang merunduk. Mahkota bunga berwarna putih kehijau-hijauan tanpa bintik kuning pada dasar cuping. *Calyx* tidak bergelombang dan cuping bunga hamper rata. Daging buah umumnya lunak dan posisi buah tegak ke atas. Biji berwarna kuning padi. Jumlah kromosom jenis cabai ini adalah $2n = 24$.

(3) *Capsicum chinens*

Sifat tanaman cabai jenis ini hampir sama dengan *capsicum annum*. Perbedaan hanya terletak sifat bunganya saja. Bunga *Capsicum chinens* berjumlah dua atau lebih pada setiap ruas, namun kadang-kadang tunggal, dan bersifat bunga majemuk. Tangkai bunga tegak atau merunduk saat *anthesis*. Mahkota bunga berwarna putih kehijauan, kadang-kadang berwarna putih susu atau ungu, tanpa bintik kuning pada cuping bunga. Pada buah matang, posisi *calyx* biasanya berlekuk. Daging buah renyah. Biji berwarna kuning jerami. Jumlah kromosom cabai jenis ini adalah $2n = 24$.

(4) *Capsicum baccatum* (*Capsicum baccatum* var. Pendulum)

Cabai jenis ini mempunyai tangkai daun yang panjang. Bunga tumbuh tunggal, tangkai bunga tegak atau merunduk saat *anthesis*. Mahkota bunga berwarna putih kehijauan, terdapat bintik kuning atau hijau pada dasar cuping bunga. Pada buah matang, posisi *calyx* mempunyai lekukan. Daging buah renyah, biji berwarna kuning mengkilat. Jumlah kromosom cabai jenis ini adalah $2n = 24$.

(5) *Capsicum pubescens*

Cabai jenis ini mempunyai bunga tunggal, tangkai bunga tegak saat anthesis, tetapi bunga merunduk. Mahkota bunga berwarna ungu, namun ada yang berwarna putih pada ujung cuping, tanpa bintik kuning pada dasar cuping bunga. Pada buah matang, keadaan *calyx* tidak mempunyai lekukan. Biji berwarna hitam. Cabai jenis ini memiliki jumlah kromosom $2n = 24$

Cabai merah (*Capsicum annuum*, L) merupakan salah satu komoditi hortikultura yang tergolong tanaman semusim. Tanamannya berbentuk perdu dengan ketinggian antara 70-110 cm. Ukuran dan bentuk buah pada umumnya besar dan panjang dengan berat buah bervariasi tergantung varietasnya (Samadi,2007). Organ-organ tanaman yang penting pada tanaman cabai adalah sebagai berikut:

a. Batang

Batang cabai tumbuh tegak berwarna hijau tua dan berkayu. Pada ketinggian batang tertentu akan membentuk percabangan seperti huruf Y. Batangnya berbentuk silindris, berukuran diameter kecil dengan daun lebar.

b. Daun

Daun cabai berbentuk lonjong yang berukuran panjang 8-12 cm, lebar 3-5 cm dan dibagian pangkal dan ujung daun meruncing. Panjang tangkai daunnya berkisar 2-4 cm yang melekat pada percabangan sedangkan tulang daunnya berbentuk menyirip.

c. Akar

Akar tanaman cabai tumbuh menyebar dalam tanah terutama akar cabang dan akar rambut. Bagian ujung akarnya hanya mampu menembus tanah sampai kedalaman 25-30 cm oleh karena itu pengemburan tanah harus dilakukan sampai kedalaman tersebut agar perkembangan akar lebih sempurna.

d. Bunga

Bunga cabai termasuk berkelamin 2 karena pada satu bunga terdapat kepala sari dan kepala putik. Bunga cabai tersusun dari tangkai bunga yang berukuran

panjang 1-2 cm, kelopak bunga, mahkota bunga dan alat kelamin yang meliputi kepala sari dan kepala putik.

e. Buah

Buah cabai jenis hibrida kebanyakan berbentuk memanjang yang berukuran panjang dan lebar sangat bervariasi tergantung varietasnya. Buah cabai biasanya muncul dari percabangan atau ketiak daun dengan posisi buah menggantung. Berat cabai merah bervariasi sekitar 5-25 gr. Buah cabai oleh masyarakat banyak digunakan sebagai bahan penyedap berbagai masakan, oleh perusahaan sebagai bahan baku industri makanan seperti pada perusahaan mie instan, perusahaan makanan dan perusahaan sambal. Minyak atsiri yang terkandung dalam cabai sangat bermanfaat sebagai bahan baku obat-obatan karena bisa menyembuhkan berbagai penyakit seperti pegal-pegal, sesak nafas, obat kuat untuk kaum adam dan beberapa penyakit lainnya. zat *capsaicin* yang terdapat dalam cabai bisa merangsang burung untuk mengoceh, sehingga buah cabai juga dimanfaatkan sebagai campuran bahan makanan ternak. Dari segi gizi, ternyata buah cabai mengandung nilai gizi yang cukup tinggi seperti terlihat pada Tabel 2.1. dibawah ini (Rukmana, 2001).

Tabel 2.1. Kandungan gizi buah cabai tiap 100 g

Komposisi gizi	Jenis cabai			
	Hijau besar	Merah besar Kering	Merah besar segar	Rawit segar
Kalori (kal)	23,0	311,0	31,0	103,0
Protein (g)	0,7	15,9	1,0	4,7
Lemak (g)	0,3	6,2	0,3	2,4
Karbohidrat (g)	5,2	61,8	7,3	19,9
Kalsium (g)	14,0	160,0	29,0	45,0
Fosfor (mg)	23,0	370,0	24,0	85,0
Zat besi (mg)	0,4	2,3	0,5	2,5
Vitamin A (S.I.)	260,0	576,0	470,0	11.050,0
Vitamin B1 (mg)	0,1	0,4	0,1	0,2
Vitamin C (mg)	84,0	50,0	18,0	70,0
Air (g)	93,4	10,0	90,9	71,2

Sumber : Direktorat Gizi, Depkes RI yang disitasi Rukmana (2001)

1.2. Syarat Tumbuh Tanaman Cabai

Tanaman cabai umumnya dapat ditanam di dataran rendah sampai pegunungan + 2.000 m dpl. Temperatur yang baik untuk pertumbuhan antara 24 – 27°C sedangkan untuk pembentukan buah pada kisaran 16 – 23°C. Cuaca yang panas dapat mengakibatkan serbuk sari menjadi mandul dan menurunkan pembentukan buah. Suhu siang hari yang tinggi (diatas 32°C) mungkin menyebabkan transpirasi yang berlebihan yang selanjutnya diikuti dengan keguguran tunas, bunga, buah serta mungkin buah mengalami luka bakar. Suhu tanah secara langsung berkaitan dengan penyerapan unsur hara terutama fosfor dan nitrogen. Penurunan suhu secara mendadak pada saat pembungaan (dibawah 16°C) dapat juga mengakibatkan kegagalan pembentukan buah atau menghasilkan buah yang partenocarpi (Samadi, 2007).

Pada umumnya tanaman cabai cukup sesuai pada daerah yang mempunyai curah hujan 600-1200 mm per tahun. Curah hujan yang berlebihan mempengaruhi pembungaan dan pembuahan dan mungkin juga mendorong pembusukan buah. Sebaliknya bila kekurangan air dapat juga mengakibatkan terjadinya keguguran tunas dan bunga. Cabai besar biasanya diperlakukan sebagai tanaman yang suka terhadap air, sehingga sistem pertanaman yang sangat intensif dan komersial biasanya melibatkan penggunaan irigasi tambahan selama periode kering, namun demikian tanaman cabai tergolong netral terhadap panjang hari.

Selanjutnya dikatakan oleh Samadi (2007) bahwa dilihat dari keadaan tanah, ternyata tanah yang cocok untuk budidaya pertanian umumnya cocok pula untuk tanaman cabai. Namun yang ideal adalah jenis tanah Andosol, Latosol dan Regusol yang subur, gembur, kaya bahan organik, tidak mudah becek, bebas cacing/ nematoda dan penyakit tular tanah. Kisaran pH tanah yang ideal adalah antara 5,5–6,8 karena dibawah atau diatasnya akan menghasilkan produksi yang kurang baik. Tanaman cabai yang ditanam dari biji yang ditanam dipersemaian dan dipindahkan bila tinggi telah mencapai 8–10 cm, dengan jarak tanam 60–80 cm antar barisan dan 35–45 cm dalam barisan atau 50–60 cm x 50–60 cm. Buah

pertama dipanen pada umur 50–80 hari setelah tanam, tergantung pada periode masak dari kultivar, dan pemetikan berlanjut sampai lebih dari 60 hari.

1.3. Budidaya Tanaman Cabai

Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam usaha budidaya tanaman cabai yaitu sebagai berikut:

(a) Pemilihan Benih Tanaman Cabai

Masyarakat mengenal dua jenis cabai merah yakni cabai merah besar dan cabai merah keriting. Perbedaan kedua jenis cabai ini terlihat dari bentuk dan tekstur kulitnya. Dari dua jenis itu terdapat puluhan bahkan ratusan varietas, dari yang lokal hingga hibrida. Setiap varietas memiliki kekhasan tumbuh sendiri-sendiri. Untuk memilih jenis mana yang akan dibudidayakan sebaiknya pilih varietas yang paling cocok dengan lokasi budidaya cabai merah masing-masing.

Benih untuk budidaya cabai didapat dengan dua cara, yaitu: membeli di toko benih atau membenihkan sendiri. Benih cabai hibrida sebaiknya dibeli dari industri benih terpercaya yang menerapkan teknologi pemuliaan modern. Sedangkan benih cabai merah lokal bisa didapatkan dari sesama petani atau melakukan seleksi dari hasil panen terdahulu.

(b) Penyemaian dan Pembibitan

Metode penyemaian untuk budidaya cabai sebaiknya menggunakan *polybag* (baik dari plastik atau daun-daunan). Hal ini dikarenakan benih cabai apalagi jenis hibrida harganya sangat mahal. Apabila disemai dengan ditabur, maka dikhawatirkan banyak biji yang tumbuh berhimpit sehingga tidak semua tanaman bisa dimanfaatkan. Adapun cara yang dilakukan adalah pertama-tama siapkan campuran arang sekam dan kompos atau pupuk kandang dengan perbandingan 2:1:1. Atau kalau tidak ada arang sekam gunakan tanah dan kompos dengan perbandingan 1:1. Sebelum dicampur, media tersebut diayak agar halus.

Sebaiknya buat naungan untuk tempat penyemaian untuk menghindari terik matahari dan air hujan.

Sebelum disemai, rendam biji cabai dengan air hangat selama kurang lebih 3 jam. Jangan gunakan biji yang mengapung. Masukkan setiap biji cabai kedalam polybag sedalam 0,5 cm dan tutup dengan kompos halus. Basahi sedikit media tanam agar kelembabannya terjaga. Siram polybag pembibitan setiap pagi dan sore. Cara menyiramnya adalah tutup permukaan polybag dengan kertas koran kemudian siram hingga basah. Buka kertas koran tersebut setelah biji tumbuh kira-kira sekitar 3 hari. Selanjutnya siram secara rutin dan awasi pertumbuhannya. Bibit cabai merah siap untuk dipindahkan setelah berumur 21-24 hari disemaikan atau setelah tumbuh 3-4 helai daun. Dibutuhkan persiapan lebih 10% dari kebutuhan bibit. Misalnya untuk lahan satu hektar dibutuhkan sekitar 14.000 bibit cabai merah, maka lebihkan 10 % untuk tindakan penyulaman tanaman.

(c) Pengolahan Tanah

Lahan yang diperlukan untuk budidaya cabai merah adalah tanah yang gembur dan memiliki porositas yang baik. Sebelum cabai merah ditanam, cangkul atau bajak lahan sedalam 20-40 cm. Bersihkan dari batu atau kerikil dan sisa-sisa akar tanaman. Apabila terlalu banyak gulma dan khawatir mengganggu bisa gunakan herbisida. Buat bedengan dengan lebar satu meter, tinggi 30-40 cm dan jarak tanam antar bedengan 60 cm. Panjang bedengan disesuaikan dengan kondisi lahan untuk memudahkan pemeliharaan panjang bedengan maksimal 15 meter. Buat saluran drainase yang baik karena tanaman cabai merah tidak tahan terhadap genangan air.

Budidaya cabai merah menghendaki tanah yang memiliki tingkat keasaman tanah pH 6-7. Apabila nilainya terlalu rendah (asam) maka daun tanaman cabai akan terlihat pucat dan mudah terserang virus. Tanah yang asam biasanya mudah ditumbuhi ilalang. Untuk menetralkannya bisa gunakan kapur pertanian atau dolomite sebanyak 2-4 ton/ ha. Pemberian kapur atau dolomite dilakukan pada saat pembajakan dan pembuatan bedengan. Campurkan pupuk organik, bisa

berupa kompos atau pupuk kandang pada setiap bedengan secara merata. Kebutuhan pupuk organik untuk budidaya gabai merah adalah 20 ton per hektar. Selain pupuk organik tambahkan juga urea 350 kg/ha dan KCl 200 kg/ ha.

Untuk budidaya cabai intensif sebaiknya bedengan ditutup dengan mulsa plastik perak hitam. Penggunaan mulsa plastik mempunyai konsekuensi biaya tambahan namun mendatangkan sejumlah manfaat. Mulsa bermanfaat untuk mempertahankan kelembaban tanah disekitar perakaran, menekan erosi, mengendalikan gulma dan menjaga kebersihan kebun.

Pada saat melakukan penanaman di lahan, pertama-tama buat lubang tanam sebanyak dua baris dalam setiap bedengan dengan jarak 60-70 cm. Sebaiknya lubang tanam dibuat zig zag, tidak sejajar. Hal ini berguna untuk mengatur sirkulasi angin dan penetrasi sinar matahari. Diameter dan kedalaman lubang tanam kurang lebih 10 cm atau disesuaikan dengan ukuran polybag semai.

(d) Penanaman Bibit Cabai Merah

Pemindahan bibit cabai merah dari area persemaian dilakukan setelah umur bibit sekitar 3 minggu atau bibit memiliki 3-4 helai daun permanen. Penanaman sebaiknya dilakukan pada pagi hari dan sore untuk menghindari stress. Usahakan penanaman dilakukan serentak dalam satu hari. Cara menanamnya adalah dengan membuka atau menyobek *polybag* semai. Kemudian masukkan bibit cabai merah beserta media tanamnya kedalam lubang tanam. Jaga agar media semai jangan sampai terpecah. Kemudian siram tanaman secukupnya untuk mempertahankan kelembaban .

(e) Pemeliharaan dan Perawatan

Penyiraman dibutuhkan pada saat musim kemarau, caranya bisa dengan menggunakan gembor atau dengan penggenangan. Hati-hati ketika melakukan penyiraman disaat tanaman belum terlalu kuat. Penggenangan bisa dilakukan setiap dua minggu sekali. Periksa tanaman pada satu sampai dua minggu pertama untuk

melakukan penyulaman tanaman. Apabila ada tanaman yang mati atau pertumbuhannya abnormal segera cabut dan ganti dengan bibit yang baru.

Pada budidaya tanaman cabai memerlukan pemasangan ajir (tongkat bambu) untuk menopang tanaman berdiri tegak. Tancapkan ajir dengan jarak minimal 4 cm dari pangkal batang. Pemasangan ajir sebaiknya dilakukan pada hari ke-7 sejak bibit dipindahkan. Apabila tanaman terlalu besar dikhawatirkan saat ajir ditancapkan akan melukai perakaran. Bila akar terluka tanaman akan mudah terserang penyakit. Pengikatan tanaman pada ajir dilakukan setelah tanaman tumbuh tinggi atau berumur diatas satu bulan.

Perempelan atau pemotongan tunas dilakukan setelah 3 minggu untuk budidaya cabai di dataran rendah dan 1 bulan untuk dataran tinggi. Potong tunas yang tumbuh pada ketiak daun dengan tangan yang bersih. Perempelan ini dilakukan sampai terbentuk cabang utama, ditandai dengan kemunculan bunga pertama atau kedua. Pemupukan susulan dilakukan setiap dua minggu sekali atau minimal 8 kali hingga panen terakhir. Pemupukan susulan dilakukan dengan pengocoran pupuk pada setiap lubang tanam. Pemupukan yang paling praktis adalah dengan menggunakan pupuk organik cair. Siramkan 100 ml larutan pupuk yang telah diencerkan pada setiap tanaman. Bisa juga ditambahkan NPK pada campuran tersebut. Penyiangan gulma dilakukan apabila diperlukan saja. Pengendalian hama dan penyakit dalam budidaya cabe cukup vital. Banyak kasus budidaya yang gagal karena serangan hama dan penyakit.

(f) Pemanenan Buah Cabai

Budidaya cabe merah mulai bisa dipanen setelah berumur 75-85 hari setelah tanam. Proses pemanenan dilakukan dalam beberapa kali, tergantung dengan jenis varietas, teknik budidaya dan kondisi lahan. Pemanenan bisa dilakukan setiap 2-5 hari sekali, disesuaikan dengan kondisi kematangan buah dan pasar. Buah cabe sebaiknya dipetik sekaligus dengan tangkainya untuk memperpanjang umur simpan. Buah yang dipetik adalah yang berwarna oranye hingga merah.

Pemetikan dilakukan sebaiknya pada pagi hari. Produktivitas budidaya cabe merah biasanya mencapai 10-14 ton per hektar, tergantung dari varietas dan teknik budidayanya. Pada budidaya yang optimal, potensinya bisa mencapai hingga 20 ton per hektar.

1.4 Usahatani Tanaman Cabai Merah

Cabai merah merupakan salah satu komoditas pertanian yang paling atraktif. Hal ini dikarenakan cabai merah memiliki harga yang bisa naik berlipat-lipat dan pada momen lainnya bisa turun hingga tak berharga. Hal ini membuat budidaya tanaman cabai merah menjadi tantangan tersendiri bagi para petani.

Disamping fluktuasi harga, budidaya cabai merah juga cukup rentan dengan kondisi cuaca dan serangan hama penyakit. Untuk meminimalkan semua resiko tersebut, dibutuhkan biaya yang cukup tinggi untuk bisa membudidaya tanaman cabai merah.

Melalui usahatani tanaman cabai merah diharapkan dapat meningkatkan penghasilan petani. Dari setiap tahapan yang dilakukan mulai dari persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pengendalian hama dan penyakit tanaman, proses panen dan pasca panen tentu saja dibutuhkan biaya yang tidak sedikit. Namun diharapkan hasil produksi yang diperoleh dengan perhitungan harga cabai yang cukup menjanjikan dapat meningkatkan pendapatan petani cabai merah di kabupaten Ogan Komering Ulu.

Menurut Soekartawi *et al.* (1986) dalam proses produksi terdapat biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh hasil yang maksimal. Biaya produksi itu dapat dikategorikan sebagai berikut :

(1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya yang tidak ada kaitannya dengan jumlah barang yang diproduksi. Biaya tetap tidak habis digunakan dalam satu masa produksi. Contohnya : Sewa tanah dan pajak.

(2) Biaya Tidak Tetap (*Variabel Cost*)

Biaya yang berubah apabila ada sesuatu usahanya berubah. Biaya ini ada apabila ada sesuatu barang yang diproduksi. Contohnya : Biaya Saprodi.

(3) Biaya Total (*Total Cost*)

Keseluruhan biaya tetap produksi yang diperoleh dari penjumlahan total biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TB = TBT + TBV$$

Keterangan:

TB = Total Biaya

TBT = Total Biaya Tetap

TBV = Total Biaya Variabel

Pengeluaran usahatani (*Total Farm Expensive*) adalah nilai semua masukan yang habis dipakai atau dikeluarkan didalam proses produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja petani. Pengeluaran usahatani mencakup pengeluaran tunai dan tidak tunai.

Menurut Hernanto (1996) Pengeluaran usahatani (*farm expenses*) adalah semua biaya operasional dengan tanpa memperhitungkan bunga dari modal usahatani dan nilai kerja pengelola usahatani. Didalam pengeluaran usahatani meliputi jumlah tenaga kerja, pembelian saprodi, pengeluaran lain-lain (selamatan), dan penyusutan alat. Perhitungan biaya penyusutan dipengaruhi oleh besarnya kemungkinan untuk menentukan nilai modal tetap yang dipergunakan pada awal dari akhir tahun.

Pendapatan terdiri dari pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Menurut Soekartawi et al. (1986) Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari usahatani selama satu periode usahatani, yang diperhitungkan dari hasil penjualan dan pertukaran. Sedangkan Pendapatan bersih usahatani (*Net Farm Income*) merupakan ukuran keuntungan yang dapat dipakai untuk membandingkan

beberapa alternatif usahatani. Pendapatan dalam usahatani dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$NR = TR - TC$$

$$TR = P \times Y$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

NR = *Net Revenue* (Pendapatan)

TR = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

P = Harga Tiap Satuan Produk

Y = Total Produk

TFC = *Total Fixed Cost* (Total Biaya Tetap)

TVC = *Total Variabel Cost* (Total Biaya Variabel).

Menurut Bunasor (1997) keberhasilan produksi usahatani pada akhirnya dinilai dari besarnya pendapatan (*Net Return*) yang diperoleh dari kegiatan usahatani. Pendapatan petani adalah : Total dari hasil penjualan termasuk yang tidak dijual, dikurangi dengan seluruh biaya yang dikeluarkan petani, yang dimaksud disini adalah pengeluaran untuk sewa tanah (tanah milik sendiri dan milik orang lain), pengeluaran yang digunakan untuk membeli sarana produksi, pengeluaran untuk membayar upah tenaga kerja (tenaga kerja keluarga/ tenaga kerja dari luar), dan pengeluaran lain-lain berupa ipeda, iuran air, sewa peralatan dan selamatan.

Dalam analisis usahatani ada dua jenis pendapatan yaitu:

a. Pendapatan Kotor Usahatani (*Gross Farm Income*)

Pendapatan Usahatani Kotor adalah nilai total dari hasil yang diperoleh dikalikan dengan harga persatuan berat yang berlaku. Penerimaan yang diperoleh berhubungan dengan hasil yang terjual. Semakin banyak hasil yang terjual maka semakin banyak pula penerimaan yang diperoleh (Mubyarto, 1991).

b. Pendapatan Bersih (*Net Farm Income*)

Menurut Gujarati (1978) pendapatan usahatani adalah total penerimaan atau total revenue dikurangi total biaya produksi, sehingga merupakan pendapatan bersih. Menurut Soekartawi *et al.* (1986), keuntungan bersih usahatani merupakan selisih antara penerimaan total dengan pengeluaran total. Secara sistematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$PB = PK - TBP$$

Keterangan :

PB = Pendapatan Usahatani atau Keuntungan (Rp/ha)

PK = Total Penerimaan (Rp/ha)

TBP = Total Biaya Produksi (Rp/ha)

2. Konsepsi Strategi

Konsep strategi menurut para ahli memiliki arti bermacam-macam menurut para ahli. Kata strategis berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*, merupakan gabungan dari kata *stratos* yang berarti tentara dan *ego* yang berarti pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi adalah alat untuk mencapai tujuan.

Menurut Wheelen, *et al.* (2020), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategis, dan evaluasi serta pengendalian. Sedangkan Quinn (1999) mengartikan strategi adalah bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi yang diformulasikan dengan baik akan

membantu penyusunan dan pengalokasian sumberdaya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

Dari kedua pendapat di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan memenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif.

Goldworthy dan Ashley (1996) mengusulkan tujuh aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sebagai berikut:

- (1) Strategi mampu menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang.
- (2) Arahan strategi harus menentukan rencana dan bukan sebaliknya
- (3) Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan
- (4) Harus dapat diaplikasikan dari atas ke bawah bukan dari bawah ke atas,
- (5) Strategi harus mempunyai orientasi eksternal
- (6) Strategi harus memiliki fleksibilitas yang sangat esensial
- (7) Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang.

Suatu strategi hendaknya mampu memberi informasi kepada pembacanya yang sekaligus berarti mudah diperbaharui oleh setiap anggota manajemen puncak dan setiap karyawan organisasi. Menurut Donnelly (1996) ada enam informasi yang tidak boleh dilupakan dalam suatu strategi, yaitu:

- a) Apa, yaitu apa yang akan dilaksanakan
- b) Mengapa, yaitu alasan yang akan dipakai dalam menentukan atas apa yang akan dikejakan

- c) Siapa yang akan bertanggungjawab untuk atau mengoperasionalkan strategi
- d) Berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mensukseskan strategi
- e) Berapa lama waktu yang diperlukan untuk operasional strategi tersebut
- f) Hasil apa yang akan diperoleh dari strategi tersebut

Untuk menjamin strategi dapat berhasil baik dengan meyakinkan bukan saja dipercaya oleh orang lain, tetapi memang dapat dilaksanakan, Hatten dan Hatten (1996) memberikan beberapa petunjuknya sebagai berikut :

- a) Strategi harus konsiten dengan lingkungan, strategi dibuat mengikuti arus perkembangan masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.
- b) Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang, semua strategi senantiasa diserasikan satu dengan yang lain.
- c) Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumberdaya dan tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengklaim sumberdayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.
- d) Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya. Selain itu hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.
- e) Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, hendaknya dibuat sesuatu yang memang layak dapat dilaksanakan.

- f) Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko, tetapi haruslah berhati-hati, sehingga tidak menjerumuskan organisasike lubang yang lebih besar. Oleh karena itu strategi hendaknya selalu dapat dikontrol.
- g) Strategi hendaknya disusun diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai.
- h) Tanda-tanda suksesnya dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dari para eksekutif, dari semua pimpinan unit dalam organisasi.

Sementara itu menurut Argyris, Mintzberg, Steiner, dan Miner seperti yang dikutip dalam Rangkuti (1998) menyatakan bahwa strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi. Bryson (2001) menjelaskan bahwa strategi dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dilakukan dan mengapa organisasi melakukannya.

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa penyusunan strategi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai diwaktu yang akan datang. Strategi juga harus memperhatikan lingkungan dan melihat kemampuan internal dan eksternal yang meliputi kekuatan dan kelemahan organisasi. Oleh karena itu , strategi merupakan perluasan misi guna menjembatani organisasi dengan lingkungannya. Strategi itu sendiri biasanya dikembangkan untuk mengatasi isu strategis, dimana strategi menjelaskan respon organisasi terhadap pilihan kebijakan pokok. Strategi secara umum akan gagal, pada saat organisasi tidak memiliki konsisten antara apa yang dikatakan, apa yang di usahakan dan apa yang dilakukan.

Menurut Riyanto (2018), bagi para pemimpin organisasi baik di level Manajemen Tingkat Tinggi, Menengah maupun Bawah, dituntut untuk memiliki kemampuan menerjemahkan Visi dan Misi organisasai kedalam sasaran, strategi

maupun kebijakan yang lebih operasional. Seorang pemimpin harus memiliki pengetahuan tentang pengambilan keputusan strategis yang tidak terlepas dari manajemen strategis. Manajemen strategis ini didefinisikan sebagai seperangkat dan serangkaian keputusan serta tindakan yang digunakan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi yang berdaya saing tinggi dan sesuai bagi organisasi dan lingkungannya guna mencapai sasaran organisasi.

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Menurut Grant (1999) strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu:

1. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.
2. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.
3. Strategi sebagai target. Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan. Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan.

3. Konsep SWOT Analysis

a) Konsep Strategis IFAS

Strategi berbasis IFAS merupakan suatu alat analisa yang menyajikan kondisi internal perusahaan. Setelah faktor-faktor strategis internal perusahaan diidentifikasi, selanjutnya tabel IFAS (*Internal Strategyc Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka kekuatan (*Stength*) dan kelemahan (*Weakness*) perusahaan.

b) Konsep Strategis EFAS

Strategi berbasis EFAS merupakan suatu alat analisa yang menyajikan kondisi eksternal suatu perusahaan atau organisasi untuk menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Langkah yang perlu dilakukan yaitu dengan memperhitungkan terlebih dahulu kesesuaian antara penilaian internal dan eksternal yang dilihat dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden.

Tabel 2.2. Tingkat Kesesuaian Penilaian Internal dan Eksternal

No	Penilaian Internal					Penilaian Eksternal					Tingkat Kesesuaian (%)
	SS	S	KS	STS	Nilai	SS	S	KS	STS	Nilai	
1											
2											
3											
4											
5											
6											

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

Nilai = $SS \times 4, S \times 3, KS \times 2, STS \times 1$

Tingkat Kesesuaian Nilai Internal / Nilai Eksternal x 100%

Untuk mempermudah perhitungan selanjutnya data tersebut disajikan dalam tabel berikut:

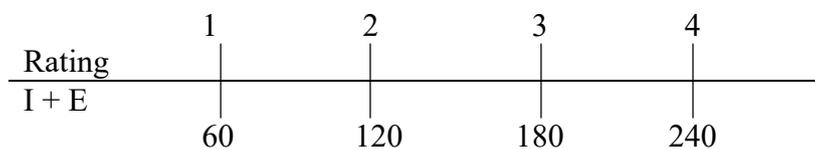
Tabel 2.3. Perhitungan Penilaian Internal dan Eksternal

No	Keterangan	Penilaian Internal	Penilaian Eksternal	I + E
S (Strength) Kekuatan				
1				
2				
3				
W (Weakness) Kelemahan				
1				
2				
3				
O (Opportunities) Peluang				
1				
2				
3				
T (Threats) Ancaman				
1				
2				
3				

Perhitungan bobot untuk IFAS dan EFAS dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{I + E}{\text{Jumlah I+E (S dan W)}} \quad \boxed{\text{Untuk IFAS}}$$

$$\text{Bobot} = \frac{I + E}{\text{Jumlah I+E (O dan T)}} \quad \boxed{\text{Untuk EFAS}}$$



Dimana:

I = Internal

E = Eksternal

60 = 1 x jumlah responden (Misal: 60 orang)

120 = 2 x jumlah responden

180 = 3 x jumlah responden

240 = 4 x jumlah responden

Skor = bobot x rating

Makna dari rating 1-4 untuk kekuatan dan peluang (S dan O)

1 = Tidak Baik

2 = Cukup Baik

3 = Baik

4 = Sangat Baik

Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman (W dan T)

1 = Tidak Berat

2 = Cukup Berat

3 = Berat

4 = Sangat Berat

Menurut Rangkuti (2015) faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Setelah matriks faktor strategi internal dan eksternal disusun, kemudian hasilnya dimasukkan ke model kuantitatif yaitu matriks SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

Tabel 2.4. Matrik EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang	X	Y	X x Y
Jumlah	X	Y	X x Y
Ancaman	X	Y	X x Y
Jumlah	X	Y	X x Y
Total	X	Y	X Xy

Sumber: Rangkuti (2015)

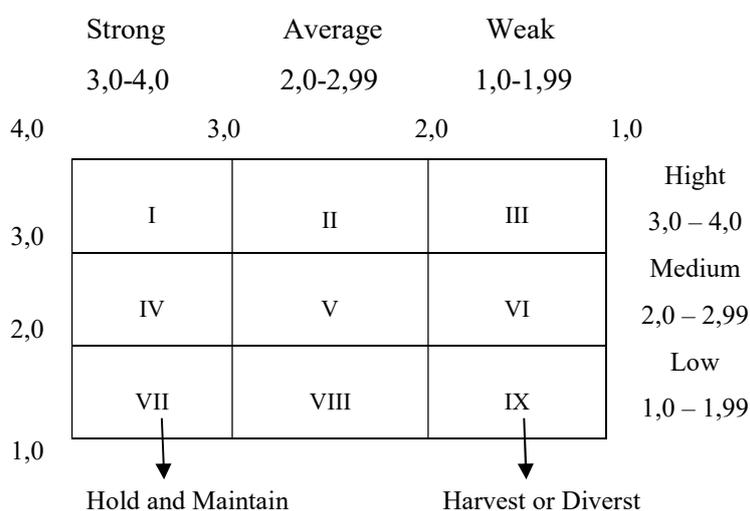
Tabel 2.5 Matrik IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang	X	Y	X x Y
Jumlah	X	Y	X x Y
Ancaman	X	Y	X x Y
Jumlah	X	Y	X x Y
Total	X	Y	X xY

Sumber: Rangkuti (2015)

Matriks Eksternal – Internal

Menurut Rangkuti (2015), matriks Internal-Eksternal bertujuan untuk mempertajam analisis dan melihat posisi perusahaan serta melihat arah perkembangan selanjutnya. Sedangkan menurut David & David (2017), Matriks IE (Internal–Eksternal) memposisikan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam tampilan 9 sel. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci: skor bobot IE total pada sumbu X dan skor bobot EFE total pada sumbu Y. Setiap divisi dalam suatu organisasi harus membuat matriks IFE dan Matriks EFE dalam kaitannya dengan organisasi. Skor bobot total yang diperoleh dari divisi tersebut memungkinkan susunan Matriks IE di tingkat perusahaan



Gambar 2.1.
Sembilan Sel Pada Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE memiliki 3 (tiga) implikasi strategi yang berbeda, yaitu:

1. Ketentuan-ketentuan untuk suatu divisi organisasi berada pada sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai bertumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi-strategi yang cocok bagi divisi ini adalah strategi intensif seperti *Market Penetration*, *Market Development*, dan *Product Development* atau Strategi Terintegrasi seperti *Backward Integration*, *Forward Integration*, dan *Horizontal Integration*.
2. Untuk divisi yang berada pada sel III, V atau VII paling baik dikendalikan dengan strategi-strategi menjaga dan mempertahankan (*Hold and Maintain*). Strategi-strategi yang umum dipakai yaitu strategi *Market Penetration* dan *Product Development*.
3. Untuk divisi yang berada pada sel VI, VIII atau IX dapat menggunakan strategi panen atau divestasi (*Harvest* atau *Divestiture*).
4. Perusahaan dianggap paling sukses jika mampu menghasilkan bisnis yang berada pada sel I.

Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi situasi yang dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari sebuah satuan bisnis. Menurut Graffin (2004), analisis SWOT adalah evaluasi atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknes*) internal suatu organisasi yang dilakukan secara berhati-hati, dan juga evaluasi atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan. Dalam analisis SWOT, strategi terbaik untuk mencapai misi suatu organisasi adalah dengan (1) mengeksploitasi peluang dan kekuatan suatu organisasi, dan pada saat yang sama (2) menetralkan ancamannya, dan (3) menghindari atau memperbaiki kelemahannya.

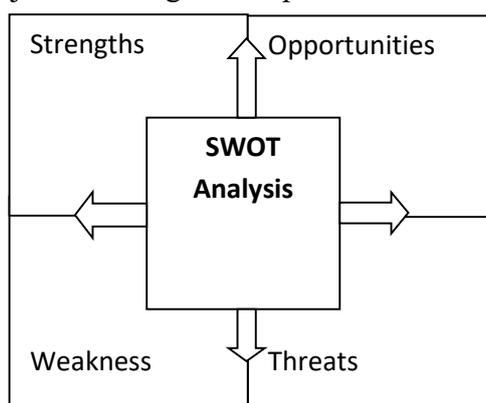
Robinson dan Pearce (1997) memberi definisi faktor-faktor lingkungan sebagai berikut:

- a) *Strength* (kekuatan) adalah suatu keunggulan sumber daya yang belum tergali dengan optimal sehingga memberikan kemungkinan organisasi untuk lebih meningkatkan kinerjanya. Kekuatan merupakan sumber daya, keunggulan

relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang ingin dilayani oleh organisasi, kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan komparatif dari pasar.

- b) *Weakness* (kelemahan) adalah keterbatasan dan kekurangan sumber daya, ketrampilan yang dibutuhkan organisasi sehingga menghambat kinerja efektif dari organisasi dalam pengembangan usahanya.
- c) *Opportunities* (peluang) adalah unsur-unsur lingkungan luar (politik, ekonomi, sosial dan IPTEK) positif yang memberikan kesempatan dan mendukung keberadaan organisasi. Peluang merupakan situasi penting yang menguntungkan. Identifikasi segmen pasar yang terabaikan, perubahan teknologi serta membaiknya hubungan dengan investor dapat memberikan peluang untuk pengembangan usaha.
- d) *Threats* (ancaman) adalah unsur-unsur lingkungan luar (politik, ekonomi, sosial dan IPTEK) negatif yang menghambat kegiatan pelayanan transportasi. Ancaman merupakan situasi yang paling tidak menguntungkan dan merupakan pengganggu utama dalam pengembangan pelayanan, masuknya pesaing baru dan lambatnya kegiatan pelayanan merupakan ancaman bagi peningkatan kualitas pelayanan.

Menurut Riyanto (2018), Visualisasi dari analisis SWOT atau *SWOT Analysis* dapat ditunjukkan sebagaimana pada Gambar 2.2 berikut ini:



Gambar 2.2.

Analisis SWOT menurut Riyanto (2018)

Panah pada Gambar 2.2. diatas menggambarkan bahwa keempat faktor dalam SWOT bisa saling mempengaruhi dan bahkan berpindah tempat. Ancaman dapat menjadi peluang dan sebaliknya bahkan faktor internal seperti kelemahan dalam situasi tertentu mampu menjadi peluang.

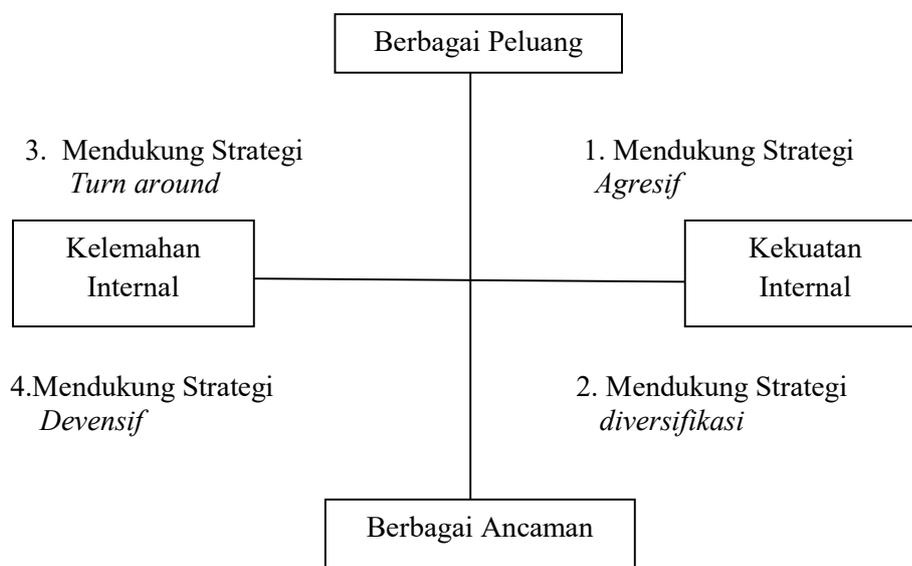
Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Menurut Siagian, ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor berupa kekuatan. Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber ketrampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuat lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.
2. Faktor kelemahan. Yang dimaksud kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi.

3. Faktor peluang. Defenisi peluang secara sederhana peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.
4. Faktor ancaman. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.



Gambar 2.3.
Analisis SWOT

Penjelasan Analisis SWOT di atas adalah sebagai berikut :

Kuadran 1: ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Startegi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*)

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah

yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelamahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Quision mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.

Kuadran 4: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakn sebagai acuan tang mengangkat persoalan pengembangan komoditi tertentu sebagai faktor penting dalam usaha mencari strategi pengembangan pertanian, dihubungkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usahatani telah dilakukan oleh beberapa peneliti, antara lain:

Tabel 2.6. Penelitian Terdahulu

Pengarang	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Sri Hara Bintang Simbolon 187039001/M AG 2 0 2 0	Strategi Pemasaran Gula Merah Dari Nira Kelapa Sawit di Kabupaten Serdang Bedagai	Analisis SWOT dan QSPM.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R/C Ratio yang diperoleh pengrajin adalah sebesar 1,044 dimana R/C Ratio lebih besar dari 1 ($1,044 > 1$) berarti usaha tersebut layak untuk diusahakan. Analisis aspek pemasaran farmer's share dan nilai efisiensi pemasaran pada semua saluran pemasaran sudah berjalan efisien. Berdasarkan analisis SWOT, posisi usaha berada pada kuadran I, alternative strategi

			<p>pengembangan dengan menggunakan strategi S-O yaitu mendukung pertumbuhan agresif. Hasil QSPM, prioritas strategi adalah memperluas daerah pemasaran dengan total TAS tertinggi yaitu 5,55.</p>
Triasgani Purbasari C.102950124 1997	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok PT. DJARUM KUDUS	Analisis SWOT	<p>Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, meliputi SAP, ETOP dan analisis posisi SWOT. Dengan menggunakan posisi analisis SWOT PT. Djarum Kudus khususnya rokok Djarum Super 12 dan rokok Djarum Super 16, teridentifikasi bahwa perusahaan dalam lingkungan tingkat ancaman yang tinggi dan peluang yang tinggi, sehingga dikategorikan dalam usaha spekulatif, kondisi internal pada tingkat yang kuat (<i>strong</i>). Oleh karena itu strategi yang direkomendasikan adalah strategi investasi atau pertumbuhan dengan implementasi mengembangkan pasar dan menambah pangsa pasar.</p>
Budi Setiyono 300002134100 31 2015	Strategi Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan di Obyek Wisata Alam Posong Desa Tlahab Kecamatan Kledung Kabupaten Temanggung	Analisis SWOT	<p>Hasil penelitian menunjukkan 1) Nilai daya dukung wisata Obyek Wisata Alam Posong adalah sebagai berikut : daya dukung fisik (PCC) adalah sebesar 1.112 orang per hari, masih lebih besar daripada nilai aktual jumlah wisatawan 71 orang per hari. Sedangkan nilai daya dukung efektif (ECC) adalah sebesar 5 orang per hari yang berarti lebih kecil dari jumlah rata-rata pengunjung per hari. 2) Persepsi pengunjung sebanyak 98% menyatakan kepuasan dalam berwisata dan ingin mengulang kembali kunjungannya ke Obyek Wisata Alam Posong, dari segi kenyamanan 75% responden menyatakan nyaman berwisata.</p>

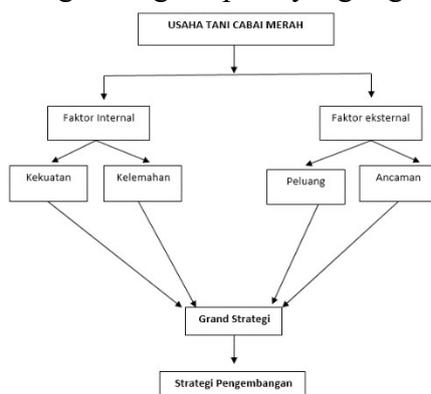
			<p>Daya tarik utama dari Obyek Wisata Alam Posong adalah pemandangan bentang alam, panorama matahari terbit, ketenangan berwisata dan kesejukan udara. 3) strategi yang diambil dalam pengelolaan pariwisata di Obyek Wisata Alam Posong adalah: i) melakukan penataan dan perluasan kawasan Wisata Alam Posong (0,185); ii) melakukan penguatan kelembagaan pengelola wisata (0,157); iii) melakukan pelatihan dan pendampingan yang intensif dari instansi terkait (0,144); iv) melakukan koordinasi dan komunikasi yang baik dengan masyarakat dan stakeholders terkait (0,135); v) melakukan pengelolaan sampah yang lebih baik (0,105); vi) pembuatan paket wisata yang melibatkan penduduk (0,095); vii) melakukan peningkatan pemahaman pariwisata pada masyarakat (0,074); viii) melakukan penataan pedagang di tempat khusus (0,069); ix) melakukan pembatasan jumlah pengunjung (0,035).</p>
Doni Setiawan 171001831200 5 2021	Strategi Pengelolaan Aset Pasar Desa di Kabupaten Bungo	Analisis SWOT	<p>Hasil penelitian didapatkan Strategi pengelolaan aset pasar desa di Kabupaten Bungo yaitu: membentuk struktur pengelola pasar yang legal, melaksanakan peningkatan kapasitas pengelola pasar, memaksimalnya anggaran dalam APBDesa untuk pembiayaan pengembangan dan pembinaan pasar desa, meningkatkan dan menguatkan komitmen kepala desa dan pengelola pasar dalam mengoptimalkan fungsi pasar desa, Meningkatkan sumber daya manusia untuk mengelola pasar desa.</p>

Sri Mahareni Br Sitepu 117039035/M AG 2016	Strategi Pengembangan Agribisnis Sirsak Di Kabupaten Deli Serdang (Studi Kasus Desa Durin Simbelang Kecamatan Pancur Batu)	Analisis SWOT	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan agribisnis sirsak di daerah penelitian berada pada kuadran I (pertama). Pengembangan agribisnis sirsak di daerah penelitian mempunyai peluang yang sangat besar dan memiliki kekuatan-kekuatan internal. Strategi utama pengembangan agribisnis sirsak yang dihasilkan :(1) Memanfaatkan sumber daya alam untuk meningkatkan produksi petani sehingga dapat memenuhi permintaan.(2) Memanfaatkan akses transportasi untuk mendukung prospek pasar. (3) Memanfaatkan SDM yang tersedia untuk mencari informasi pasar.(4) Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan produksi dengan memperluas lahan sirsak sehingga dapat memenuhi permintaan. Strategi pendukung :(1) Meningkatkan penggunaan bibit varietas unggul dan pemeliharaan tanaman untuk meningkatkan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan pasar.(2) Meningkatkan kemitraan petani untuk memperluas jaringan pemasaran sirsak. (3) Meningkatkan lembaga pembina sebagai sumber informasi petani tentang prospek pasar. (4) Memanfaatkan akses transportasi untuk mempermudah pemasaran sehingga akan menekan fluktuasi harga. (5) Memanfaatkan SDM dengan meningkatkan pelatihan untuk menciptakan diversifikasi produk sehingga akan menekan fluktuasi harga. (6) Memperbaiki rantai pemasaran dengan meningkatkan kemitraan petani sehingga akan menekan fluktuasi harga.</p>
--	--	------------------	---

Budi Pamilih Kahana (2008) Universitas Diponegoro	Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di kawasan Agropolitan Kabupaten Magelang	Analisis SWOT	Hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa dari 38 orang petani sampel dan hasil analisis menunjukkan bahwa dalam satu kali musim petani cabai di kawasan agropolitan Kabupaten Magelang memperoleh pendapatan bersih Rp.98.804.650,-. Hal ini dikarenakan adanya kerjasama yang terkait antara unsur petani, birokrat, pengusaha dan unsur pendukung. Hasil analisa regresi dalam penelitian usahatani cabai merah adalah $Y = 512572,6 - 10,350 X_1 - 3,802 X_2 + 33,958 X_3 + 20,894 X_4 - 2,883 X_5 - 0,270 X_6$. Hasil Analisis SWOT diperoleh hasil koordinat (0,2 : 0,52) yang mana koordinat ini pada kuadran I yaitu strategi Agresif. Strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan dengan menerapkan strategi usahatani panca usahatani dengan tepat.
--	---	------------------	--

C. Model Pendekatan Penelitian

Melalui Analisis SWOT maka dapat diperoleh metode pendekatan penelitian yang menggambarkan hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal yang mendukung strategi seperti yang digambarkan pada Gambar 2.5 berikut:



Gambar 2.5.

Model Pendekatan Usaha Tani Cabai Merah di Kabupaten Ogan Komering Ulu

D. Batasan Operasional Variabel

1. Strategi (*Strategy*) adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam sebuah kurun waktu tertentu. Atau dapat juga didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.
2. Kekuatan atau *Strength* (S) merupakan situasi, kondisi atau keadaan yang menjadi kekuatan dari organisasi atau perusahaan. Kekuatan ini dapat muncul dari sumber daya suatu organisasi, perusahaan, atau lembaga.
3. Kelemahan atau *Weakness* (W) adalah suatu situasi, kondisi atau keadaan yang menjadi kelemahan dari organisasi atau perusahaan. Komponen ini digunakan untuk mengetahui kendala, keterbatasan sumber daya, keterbatasan fasilitas dan hal lainnya.
4. Peluang atau *Opportunities* (O) biasanya dirumuskan di awal pembentukan organisasi atau lembaga. Peluang sering diartikan sebagai situasi lingkungan yang menguntungkan yang dimiliki oleh lembaga atau organisasi tersebut untuk meraih tujuan.
5. Ancaman atau *Threats* (T) adalah faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu bisnis atau usaha yang jika tidak diatasi maka ancaman akan menjadi bahaya bagi suatu bisnis/ usaha baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.