

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KANGKUNG ORGANIK DI KELOMPOK TANI TAPIN PAKU DESA BAUMATA UTARA KECAMATAN TAEBENU KABUPATEN KUPANG

Therik Gleyn H. A. P¹⁾, Ernantje Hendrik²⁾, Paulus Un³⁾

¹⁾Mahasiswa Minat manajemen agribisnis, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

³⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

e-mail: gleytherik@gmail.com, ernantje09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada Kelompok Tani Tapin Paku di Desa Baumata Utara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi pengembangan usahatani kangkung organik, dan untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat pada usahatani kangkung organik. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli 2019. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode wawancara, observasi dan studi kepustakaan sedangkan jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan External Factors Analysis Summary, (EFAS) serta analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal kekuatan yang di miliki dalam pengembangan usahatani kangkung organik yaitu ketersediaan pupuk organik memadai, sedangkan kelemahan yang dimiliki yaitu kelemahan produk belum bersertifikat organik dan label organik. Faktor eksternal peluang Kangkung organik berpeluang untuk dipasarkan secara online sedangkan ancaman yaitu penjualan sayuran non organik yang semakin banyak dengan harga lebih murah. Strategi pengembangan usahatani kangkung organik yang dapat diterapkan pada Kelompok Tani Tapin Paku Desa Baumata Utara adalah meningkatkan usahatani kangkung organik dengan skala yang lebih besar, meningkatkan produksi kangkung organik untuk memenuhi kebutuhan konsumen, menjalin kerja sama antara Kelompok Tani Tapin paku dan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik, dan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk.

Kata kunci: *Strategi, pengembangan, usahatani, organik, analisis SWOT*

ABSTRACT

This research was conducted at the Tapin Paku Farmer Group in the Village of North Baumata. The purpose of this research is to determine the Internal and External factors that influence the development of organic kale farming, and to find out the right development strategy in organic kale farming. Data collection was carried out in July 2019. Data collection methods used were interview, observation and literature study methods while the types and sources of data used were primary data and secondary data. Analysis of the data used in this research is the Internal Factors Analysis Summary (IFAS) and the External Factors Analysis Summary (EFAS) and SWOT analysis. The results of this study indicate that the internal factors of strength in the development of organic kale farming are : the availability of adequate organic fertilizer, while the weaknesses are : products not yet certified organic and organic labels. External factors opportunities Organic kale has the opportunity to be marketed online while the threat are the sale of more and more organic vegetables at lower prices. The development strategy of organic kale farming that can be applied to the Tapin Paku Farmers Group in North Baumata Village is to increase organic kale farming on a larger scale, increase the production of

organic kale to meet consumer needs, establish cooperation between the Tapin Paku Farmers Group and agricultural extension agents in marketing organic kale products, and utilizing social media to market products. It is need to use mixed SO (Strength–Opportunity) strategies or called as the aggressive strategy to win the market competition.

Keywords: *Strategy, development, farming, organic, SWOT analysis*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris, artinya pertanian memegang peranan penting dalam keseluruhan perekonomian nasional, baik saat ini maupun di masa yang akan datang. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian sebanyak 31,86 % (BPS, 2018).

Nusa Tenggara Timur merupakan daerah agraris, dimana mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani. Berdasarkan jenis usaha tani yang dikembangkan meliputi budidaya tanaman pangan, hortikultura, budidaya peternakan dan budidaya perikanan. Sayuran merupakan salah satu komoditas hortikultura yang penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan manusia, karena di dalam sayuran mengandung berbagai sumber vitamin, provitamin, mineral, serat dan karbohidrat yang bermanfaat bagi kesehatan manusia. Banyaknya manfaat dari sayuran ini menyebabkan sayuran menjadi bagian dari komoditas hortikultura yang terus di produksi.

Hortikultura mempunyai peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia sebagai pelengkap makanan pokok. Dalam rangka meningkatkan pendapatan petani, di Indonesia telah dikembangkan agribisnis tanaman hortikultura dimana keadaan alam dan iklim di Indonesia sangat mendukung untuk dikembangkan berbagai jenis tanaman hortikultura Sunarjono (2004 dalam Mufriantje, 2014). Menurut Muljaningsih (2011) diantara produk pertanian organik, sayuran merupakan salah satu produk pertanian organik yang paling disukai oleh konsumen setelah beras, artinya sayuran

dianggap sebagai salah satu kebutuhan utama sebagai bahan pangan.

Sayur Organik adalah sayuran yang dibudidayakan secara alami, pupuk yang diberikan untuk sayuran berasal dari pupuk organik, seperti kompos atau pupuk kandang sehingga peluang dan pemasarannya meningkat. Faktor promosi serta lokasi berpengaruh positif namun tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik (Suardika et al., 2014). Namun dalam menjalankan usaha tani kangkung organik terdapat berbagai macam kendala seperti diperlukan modal dalam mengembangkan usahatani kangkung organik, kurangnya saprodi, dan penerapan teknologi pasca panen masih lemah.

Kabupaten Kupang merupakan penghasil sayur kangkung yang di produksi secara terus menerus. Kondisi pengusahaan tanaman kangkung di Kabupaten Kupang di lihat dari catatan BPS tiga tahun terakhir di Kabupaten Kupang yaitu tahun 2016 dan 2017 total produksinya sama sebanyak 241,4 ton sedangkan pada tahun 2018 produksi kangkung meningkat sebanyak 330 ton.

Menurut Prasetya (2010 dalam Suroyo, 2017) pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis dan Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk–produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumen serta tidak merusak lingkungan. Penggunaan pupuk kimia secara terus menerus akan berdampak negatif terhadap produktivitas tanah. Karena itu memupuk tanaman lebih dianjurkan menggunakan pupuk organik.

(Prima, 2014) Pemasaran yang berbasis pada kelestarian lingkungan merupakan sebuah pengembangan baru dalam dunia pemasaran, dan merupakan sebuah peluang yang sangat strategis dan potensial yang akan memiliki keuntungan ganda bagi para pelaku bisnis dan juga masyarakat sebagai konsumen (Effendi, 2014). Devi dan Hartono (2015) menambahkan bahwa semakin tinggi jumlah pendapatan keluarga, tingkat pendidikan formal, intensitas berhubungan dengan kelompok acuan, dan motivasi pembelian, maka semakin tinggi pula peluang konsumen untuk membeli sayuran organik. Kebutuhan sayur organik terus meningkat namun dalam berusahatani kangkung organik perlu adanya pengembangan modal, promosi sayur kangkung organik, dan penetapan harga kangkung organik agar sayur kangkung dapat di beli oleh semua kalangan masyarakat, maka perlu strategi pengembangan usahatani.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dengan demikian penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usahatani Kangkung (*Ipomea reptans* P.) Organik Di Kelompok Tani Tapin Paku Di Desa Baumata Utara Kecamatan Taebenu Kabupaten Kupang”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada Kelompok Tani Taoin Paku Desa Baumata Utara Kecamatan Taebenu Kabupaten Kupang pada bulan Juni Tahun 2019. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu Desa

Baumata Utara Kecamatan Taebenu Kabupaten Kupang dengan pertimbangan bahwa di Desa Baumata Utara terdapat kelompok tani yang menanam kangkung organik. Penentuan responden dilakukan menggunakan metode sensus yaitu semua anggota kelompok tani Tapin Paku di ambil sebagai sampel yakni berjumlah 22 orang. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pihak yang berkaitan dengan rencana penelitian ini para anggota kelompok tani Tapin Paku. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai buku-buku terkait, literatur yang sesuai dengan judul penelitian, hasil penelitian terdahulu dan data-data dari kantor BPS.

Model Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama dilakukan analisis matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan matriks Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang terkait dengan usahatani Kelompok tani Tapin Paku. Untuk menjawab tujuan kedua digunakan analisis SWOT yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan Usahatani di Kelompok tani Tapin Paku. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2015)

Perumusan strategi didasarkan pada analisis SWOT yang menyeluruh, yaitu:

1. Strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal

- Strength (kekuatan)
Kekuatan yang dimiliki Kelompok Tani Tapin Paku yaitu:
 1. Produk yang dihasilkan ialah produk kangkung organik.
 2. Lahan yang ada dipagari dan memiliki sumber air (sumur bor).
 3. Ketersediaan pupuk organik yang memadai.
 4. Kelompok Tani Tapin Paku Sering dijadikan tempat pelatihan, dan penyuluhan.
 5. Kebun dekat dengan pusat kota
 6. Membangun mitra dengan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik.

- Weaknesses (Kelemahan) yang ada pada Kelompok Tani Tapin Paku yaitu: melalui wawancara langsung yang

dilakukan dengan ketua kelompok tani Tapin Paku dan Penyuluh Pertanian yang ada pada Kelompok Tani Tapin Paku. Dari hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh delapan faktor internal(kelemahan) yang berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan saat ini.

1. Produk yang dihasilkan belum mencukupi permintaan konsumen.
2. Usaha yang dijalankan masih dalam skala keluarga.
3. Belum adanya promosi sayur kangkung organik.
4. Tampilan produk kurang menarik.
5. Produk belum bersertifikat organik dan berlabel organik.

Faktor Eksternal

- Data Opportunities (Peluang) yang ada pada Kelompok Tani Tapin Paku yaitu:
 1. Memiliki sedikit pesaing karena produk yang dijual produk organik.
 2. Adanya pasar modern yang menjual produk organik.
 3. permintaan konsumen akan produk organik di Kelompok Tani Tapin Paku cukup tinggi.
- Data Threats (Ancaman) yang dihadapi oleh Kelompok tani Tapin Paku yaitu:
 1. Banyak petani yang mulai menjalankan sistem pertanian organik.
 2. Banyak tanaman yang rusak saat terserang hama dan penyakit.
 3. Penjualan sayuran non organik yang semakin banyak dengan harga lebih murah.
 4. Prasarana dan sarana transportasi jalan yang buruk.

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal

INTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan ialah produk kangkung organik. 2. Lahan yang ada dipagari dan memiliki sumber air (sumur bor). 3. Ketersediaan pupuk organik yang memadai. 4. Kelompok Tani Tapin Paku Sering dijadikan tempat pelatihan, dan penyuluhan. 5. Kebun dekat dengan pusat kota 6. Membangun mitra dengan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan belum mencukupi permintaan konsumen. 2. Usaha yang dijalankan masih dalam skala keluarga. 3. Belum adanya promosi sayur kangkung organik. 4. Tampilan produk kurang menarik. 5. Produk belum bersertifikat organik dan berlabel organik.
EKSTERNAL	OPPORTUNITIES(O)	THREATS(T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki sedikit pesaing karena produk yang dijual produk organik 2. Adanya pasar modern yang menjual produk organik. 3. permintaan konsumen akan produk organik di Kelompok Tani Tapin Paku semakin tinggi. 4. Kangkung organik berpeluang untuk dipasarkan secara online. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak petani yang mulai menjalankan sistem pertanian organik. 2. Banyak tanaman yang rusak saat terserang hama dan penyakit. 3. Penjualan sayuran non organik yang semakin banyak dengan harga lebih murah. 4. Prasarana dan sarana transportasi jalan yang buruk.

Analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Faktor internal dan faktor eksternal yang di dapat pada hasil penelitian menunjukkan faktor internal terdiri dari 6 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan sedangkan faktor eksternal terdiri dari 4 faktor peluang dan 3 faktor ancaman. Setelah diketahui faktor strategis pada usahatani kangkung organik di lokasi penelitian, tahap selanjutnya adalah tahap analisis data.

Menurut Rangkuti (2015) total jumlah bobot keseluruhan adalah tidak boleh lebih dari 1,00. Bobot yang diberikan pada faktor internal dan faktor eksternal berbeda-beda. Selanjutnya hasil

identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dilakukan pemberian rating serta di beri skor (rating x bobot).

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah skor kekuatan dalam pengembangan usahatani kangkung organik yaitu 2,34 lebih kecil dari skor kelemahan 0,53. Sedangkan tabel 3 menunjukkan bahwa skor peluang dalam pengembangan usahatani kangkung organik yaitu 2,14 dan skor ancaman yaitu 0,72 artinya dalam pengembangan usahatani kangkung organik dapat menciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk memperoleh peluang dan menggunakan kekuatan dalam mengatasi ancaman yang mampu meminimalkan kelemahan.

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Kelompok Tani Tapin Paku

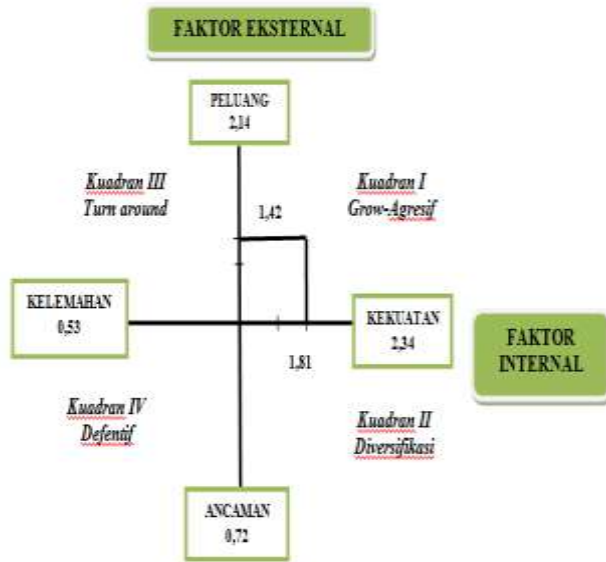
No	faktor internal	Bobot	Rating	skor
Strengths (Kekuatan)				
1	Produk yang dihasilkan ialah produk kangkung organik	0,11	4	0,44
2	Lahan yang ada dipagari dan memiliki sumber air (sumur bor)	0,11	4	0,44
3	Ketersediaan pupuk organik yang memadai	0,14	4	0,56
4	Kelompok Tani Tapin Paku Sering dijadikan tempat pelatihan, dan penyuluhan.	0,14	3	0,42
5	Kebun dekat dengan pusat kota	0,08	3	0,24
6	Membangun mitra dengan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik.	0,08	3	0,24
jumlah skor kekuatan		0,67	21	2,34
No	faktor internal	Bobot	Rating	skor
weaknesses (kelemahan)				
1	Produk yang dihasilkan belum mencukupi permintaan konsumen	0,06	2	0,12
2	Usaha yang dijalankan masih dalam skala keluarga	0,03	1	0,03
3	Belum adanya promosi sayur kangkung organik	0,06	2	0,12
4	Tampilan produk kurang menarik	0,06	2	0,12
5	Produk belum bersertifikat organik dan berlabel organic	0,14	1	0,14
jumlah skor kelemahan		0,33	8	0,53
TOTAL		1,00	16	2,87
Selisih (Kekuatan-Kelemahan)				1,81

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 3. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Kelompok Tani Tapin Paku

No	faktor eksternal	bobot	Rating	skor
Opportunities (Peluang)				
1	Memiliki sedikit pesaing karena produk yang dijual produk organik	0,14	3	0,42
2	Adanya pasar modern yang menjual produk organic	0,11	4	0,44
3	permintaan konsumen akan poduk organik di Kelompok Tani Tapin Paku semakin tinggi.	0,18	4	0,72
4	Kangkung organik berpeluang untuk dipasarkan secara online	0,14	4	0,56
total jumlah peluang		0,57	15	2,14
No	faktor eksternal	bobot	rating	skor
Threats (Ancaman)				
1	Banyak petani yang mulai menjalankan sistem pertanian organik.	0,11	2	0,22
2	Tanaman rusak saat terserang hama dan penyakit.	0,07	1	0,07
3	Penjualan sayuran non organik yang semakin banyak dengan harga lebih murah.	0,18	2	0,36
4	Prasarana dan sarana transportasi jalan yang buruk.	0,07	1	0,07
total jumlah ancaman		0,43	6	0,72
TOTAL		0,86		2,86
(Selisih Peluang-Ancaman)				1,42

Sumber : Data Primer Diolah, 2019



Gambar 1

Dari gambar 1 menunjukkan bahwa, penentuan posisi pengembangan usahatani kangkung organik diperoleh

dari hasil selisih antara kekuatan dan kelemahan pada faktor internal yaitu 1,81 sedangkan posisi pengembangan kangkung organik diperoleh dari hasil selisih antara peluang dan ancaman pada faktor eksternal yaitu 1,42. Sehingga posisi Kelompok Tani Tapin Paku dalam pengembangan usahatani kangkung berada pada posisi yang tepat karena posisi usahatani kangkung organik berada pada kuadran I. Posisi di Kuadran I menandakan bahwa usahatani kangkung organik memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk pengembangan usahatani kangkung organik. Setelah mengetahui posisi dari usahatani kangkung, perlu dilakukan penyusunan strategi pengembangan usahatani kangkung organik yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4 Strategi Pengembangan

Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan usahatani kangkung organik di Kelompok Tani Tapin Paku dengan skala yang lebih besar. 2. Meningkatkan produksi kangkung organik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. 3. Menjalani kerja sama antara kelompok Tani Tapin Paku dan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik. 4. Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan upaya promosi produk kangkung organik dengan memanfaatkan media sosial. 2. Meningkatkan produksi kangkung organik. 3. Memanfaatkan lahan lain yang belum diusahakan untuk meningkatkan produksi kangkung organik. 4. Mengusahakan kemasan dan label produk untuk meningkatkan serta mempertahankan loyalitas konsumen.
Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk kangkung organik yang dihasilkan. 2. Petani dapat memanfaatkan tanaman sekitar seperti tanaman gamal, petes, sirsak, dan tanaman nimbah untuk diolah menjadi pupuk organik baik dalam bentuk cair maupun padat untuk mengendalikan hama dan penyakit. 3. Menjual hasil dengan harga yang bersaing dengan sayuran non organik. 4. Memanfaatkan pasar online untuk mengatasi prasarana jalan yang buruk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan media sosial (WA dan Facebook) sebagai media promosi produk kangkung organik. 2. Meningkatkan kualitas tampilan produk. 3. Melakukan kerja sama antara kelompok tani tapin paku dengan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik. 4. Melakukan promosi produk kangkung organik.

Dari ke empat kemungkinan strategi pada tabel 4 maka tahap terakhir yang dilakukan adalah tahap pengambilan keputusan. Posisi pengembangan usahatani kangkung organik di lokasi penelitian berada pada kuadran I sehingga strategi yang tepat digunakan dalam posisi tersebut adalah *Grow agresif* yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi pengembangan yang *Grow agresif* merupakan strategi yang fokus pada strategi SO (*Strength-Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yaitu meningkatkan usahatani kangkung organik di Kelompok Tani Tapin Paku dengan skala yang lebih besar karena tingginya permintaan dari konsumen, meningkatkan produksi kangkung organik untuk memenuhi kebutuhan konsumen, menjalin kerja sama antara kelompok Tani Tapin Paku dengan Penyuluh Pertanian dalam memasarkan kangkung organik, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produk kangkung organik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal dan internal, diketahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan kelompok tani Tapin Paku adalah Produk yang dihasilkan adalah kangkung organik, Lahan usahatani dipagari dan lahan milik sendiri, Sumber air untuk usahatani kangkung organik berasal dari sumur bor, Kelompok Tani Tapin paku di jadikan tempat pelatihan dan penyuluhan. Kelemahan yang dimiliki kelompok tani adalah Kelemahan pasca panen dan *branding* rendah, Pengolahan lahan masih manual dengan menggunakan pacul dan linggis, Penetapan harga kangkung organik yang masih rendah, usahatani dalam skala kecil, Kurangnya upaya promosi produk.

Peluang yang ada untuk kelompok tani antara lain adalah Produk yang dihasilkan adalah kangkung organik, Permintaan konsumen akan kangkung organik pada Kelompok Tani Tapin Paku yang tinggi, Media sosial digunakan dalam pemasaran, Adanya pasar modern yang menjual produk organik, Ketersediaan bahan input (pupuk organik) memadai. Ancaman yang akan dihadapi oleh kelompok tani tapin paku adalah Banyak petani yang mulai menjalankan usahatani organik, Hama dan penyakit, Prasarana dan sarana transportasi jalan yang buruk, Penjualan pupuk kimia yang semakin banyak dengan harga murah.

2. Strategi Pengembangan yang dapat diterapkan di Kelompok Tani tapin Paku ialah Strategi SO : Meningkatkan usahatani kangkung organik di Kelompok Tani Tapin Paku dengan skala yang lebih besar, meningkatkan produksi kangkung organik untuk memenuhi kebutuhan konsumen, menjalin kerja sama antara kelompok Tani Tapin Paku dan penyuluh pertanian dalam memasarkan produk kangkung organik dan Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk.

Saran

Diharapkan dengan adanya penelitian mengenai strategi pengembangan usahatani kangkung organik pada kelompok tani tapin paku dapat diterapkan kedepannya, sehingga usahatani kangkung organik pada Kelompok Tani Tapin Paku dapat berkembang dan meningkatkan produktifitas kangkung organik dan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan kesehatan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2018. Kabupaten Kupang Dalam Angka 2018. Kab Kupang
- Badan Pusat Statistik. 2017. Kabupaten Kupang Dalam Angka 2017. Kab Kupang
- Badan Pusat Statistik. 2016. Kabupaten Kupang Dalam Angka 2016. Kab Kupang
- Devi, S. R. M., Hartono, 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik. *Agric Jurnal Ilmu Pertanian*. 27(1):60-67.
- Effendi, A. L., 2014. Segmentasi konsumen sayuran organik pada yogya dept. store kota Bandung. *Jurnal Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika*. 1-8.
- Novalina, Zulkarnain, Yunita, W.,Yusnaini, 2013. Pelatihan dan implementasi budidaya sayuran organik di kelurahan lingkaran selatan kota jambi. *Jurnal pengabdian pada masyarakat*. 1 (55).
- Muljaningsih, S. 2011. Preferensi Konsumen dan Produsen Produk Organik di Indonesia. *WACANA, Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 14(4), 1–5. Retrieved from <http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/266>
- Prasetya, A., 2010. *Prospek Pertanian Organik*. <http://akbarprasatya.student.umm.ac.id> [diakses 18 Desember 2018]
- Prima, F. M., Supardi, S., Setyowati, N., 2014. Tipe perilaku konsumen sayuran organik di pasar swalayan kabupaten sidoarjo. *Jurnal Program Studi Agribisnis Universitas Sebelas Maret*.
- Rangkuti, F 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001)
- Suardika, I. M. P., Ambarawati, I. G. A. A., & Sukaatmadja, I. P. 2014. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali Analysis of Consumer Behavior Toward Organic Vegetable Purchasing Decisions CV Golden Leaf Farm Bali Pendahuluan. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), 1–10. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/9942>
- Sunarjono, H. H. 2004. *Bertanam Tiga Puluh Jenis Sayur*. Penebar Swadaya. Jakarta.