

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAYURAN BERBASIS PERTANIAN ORGANIK
(Studi Kasus : CV Perusahaan Pertanian Organik Desa Penfui Timur Kecamatan Kupang
Tengah Kabupaten Kupang)****Strategy For Development Of Vegetable Business Based On Organic Agriculture (Case Study:
CV Organic Agricultural Company, Penfui Timur Village, Kupang Central District, Kupang
Regency)****Eri Arodi Sefi; Charles Kapioru; Made Tusan Surayasa**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana

E-mail Penulis Korespondensi: erisefi3@gmail.com

Diterima : 03 Mei 2022

Disetujui: 10 Mei 2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan pertanian sayuran organik, untuk menganalisis alternatif – alternatif strategi dalam pengembangan pertanian organik, dan untuk menentukan strategi prioritas dalam pengembangan pertanian sayuran organik. Lokasi penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan CV. PPO merupakan salah satu tempat yang memproduksi dan menyediakan produk pertanian organik di Kabupaten Kupang dan Kota Kupang. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan langsung, diskusi serta wawancara dengan responden, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, makalah, BPS. Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan yaitu analisis matriks IFE, analisis matriks EFE, analisis matriks IE, analisis matriks SWOT dan analisis matriks QSP.

(1) Hasil penelitian menunjukkan 10 faktor kekuatan, 7 faktor kelemahan, 6 faktor peluang dan 6 faktor ancaman. (2) Hasil perhitungan matriks IFE menunjukkan bahwa jumlah skor faktor kekuatan sebesar 2,234 dan jumlah skor faktor kelemahan sebesar 0,702 yang berarti bahwa pengaruh faktor kekuatan lebih besar di dibandingkan pengaruh faktor kelemahan terhadap pengembangan usaha sayuran organik. Sedangkan hasil perhitungan matriks EFE menunjukkan bahwa jumlah skor faktor peluang sebesar 1,805 dan jumlah skor faktor ancaman sebesar 0,769 yang berarti bahwa pengaruh faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman terhadap pengembangan usaha sayuran organik. (3) Pada matriks IE posisi CV PPO berada di kuadran I yang berarti bahwa CV PPO ini kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan adalah Agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. (4) Analisis matriks SWOT menghasilkan 6 strategi yaitu menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya, mengadopsi teknologi pertanian green house untuk mengatasi pengaruh iklim, menciptakan tempat pemasaran yang lebih strategis, memaksimalkan fasilitas, modal dan sertifikasi lahan serta produk yang ada dalam memproduksi serta memenuhi permintaan pasar, memanfaatkan kesempatan P4S untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta menciptakan pasar yang lebih luas, Mengoptimalkan penggunaan jasa internet untuk memperluas pemasaran produk. (5) Analisis matriks QSP menghasilkan strategi menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya dengan jumlah skor sebesar 5,653 merupakan strategi prioritas.

Kata kunci : Usaha Sayuran Organik, CV PPO, Strategi Pengembangan, SWOT

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify internal and external factors that influence the development of organic vegetable farming, to analyze alternative strategies in the development of organic agriculture, and to determine priority strategies in the development of organic vegetable farming. The location of this research was carried out with the consideration of CV. PPO is one of the places that produce and provide organic agricultural products in Kupang Regency and Kupang City. Primary data obtained from direct observation, discussion and interviews with respondents, secondary data obtained from books, journals, papers, BPS. The data analysis used to answer the objectives are IFE

matrix analysis, EFE matrix analysis, IE matrix analysis, SWOT matrix analysis and QSP matrix analysis.

(1) The results showed 10 strength factors, 7 weakness factors, 6 opportunity factors and 6 threat factors. (2) The results of the IFE matrix calculation show that the total score of the strength factor is 2.234 and the total score of the weakness factor is 0.702, which means that the influence of the strength factor is greater than the influence of the weakness factor on the business development of organic vegetables. While the results of the EFE matrix calculation show that the total score of the opportunity factor is 1.805 and the total score of the threat factor is 0.769, which means that the influence of the opportunity factor is greater than the threat factor on the development of the organic vegetable business. (3) In the IE matrix the position of CV PPO is in quadrant I which means that CV PPO is strong and has a chance. The strategy given is Aggressive, where there are strengths that are used to seize profitable opportunities. (4) The SWOT matrix analysis produces 6 strategies, namely creating attractive product packaging so that they can compete with other agricultural products, adopting green house agricultural technology to overcome climate influences, creating more strategic marketing places, maximizing facilities, capital and land certification and products that are exists in producing and meeting market demand, taking advantage of P4S opportunities to increase public awareness and creating a wider market, Optimizing the use of internet services to expand product marketing. (5) The QSP matrix analysis resulted in a strategy of creating attractive product packaging in order to compete with other agricultural products with a total score of 5,653 which is a priority strategy.

Keywords: Organic Vegetables, CV PPO, Development Strategy, SWOT

PENDAHULUAN

Perkembangan kehidupan manusia di bumi semakin bertambah dari waktu ke waktu. Hal tersebut bisa dilihat dari jumlah penduduk di Kabupaten Kupang, tahun 2018 sebanyak 387.429 jiwa, tahun 2019 sebanyak 403.582 jiwa dan tahun 2020 sebanyak 421.618 jiwa (BPS Kabupaten Kupang,2020). Dengan bertambahnya jumlah penduduk secara langsung berpengaruh terhadap permintaan akan produk pertanian semakin bertambah. Tanaman hortikultura merupakan salah satu sub sektor pertanian terkhususnya komoditi sayuran yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan penduduk sehingga ketersediaan produk pertanian harus stabil agar bisa memenuhi kebutuhan penduduk.

Jumlah produksi komoditi sayuran di kabupaten Kupang tahun 2018 sebesar 52.059, tahun 2019 sebesar 51.121 dan tahun 2020 sebesar 52.159 (BPS Kabupaten Kupang 2020). Hasil produksi komoditi sayuran menunjukkan bahwa ketersediaan produk berfluktuatif sehingga pemerintah dan produsen berperan penting dalam menjaga ketersediaan produk sayuran. Produsen dalam melakukan kegiatan bercocok tanam seringkali lebih banyak menggunakan pupuk kimia maupun pestisida, hal tersebut dapat berdampak pada kesehatan konsumen , alam

dan lingkungan. Namun dalam perkembangan zaman yang semakin maju membuat konsumen sadar akan pentingnya kesehatan tubuh dan harus mengkonsumsi pangan yang tidak mengandung bahan kimia (buatan) mengakibatkan produksi pangan organik harus di lakukan dengan kualitas dan kuantitas pangan yang cukup.

Pertanian organik merupakan salah satu kegiatan budidaya dan perusahaan pertanian dengan cara sebisa mungkin tidak menggunakan bahan kimia (non organik) yang dapat menurunkan kualitas lahan dan mengganggu kesehatan konsumen. Hortikultura merupakan komoditas yang cukup potensial dikembangkan secara agribisnis, karena punya nilai ekonomis dan nilai tambah cukup tinggi dibandingkan dengan komoditas lainnya. Selain fungsi ekonomi tersebut tanaman hortikultura mempunyai nilai kalori cukup tinggi, merupakan sumber vitamin, mineral, serat alami dan anti-oksidan sehingga selalu di perlukan oleh tubuh sebagai sumber pangan dan nutrisi serta berpengaruh terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani. Komoditas Hortikultura yang mencakup tanaman buah-buahan, tanaman sayur-sayuran, tanaman hias (florikultura), tanaman bahan obat (biofarmaka) termasuk didalamnya jamur, lumut, dan tanaman air yang mempunyai

fungsi sayuran, bahan obat nabati, dan estetika.

CV. Perusahaan Pertanian Organik (PPO) merupakan satu tempat di Kabupaten Kupang yang mengusahakan pertanian organik, karena CV. PPO melihat akan peluang pasar serta memperhatikan kesehatan konsumen serta kelestarian lingkungan.

Dalam pelaksanaan kegiatannya, CV. PPO juga memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan yang di miliki di antaranya produk yang di hasilkan adalah produk organik, dipercaya untuk menjadi suplier sayuran dan buah di swalayan, hotel dan perumahan. harga sayuran mencapai Rp.10.000,00 per kilogram, (Seprisen Laibahas,2020). Kelemahan budidaya tanaman masih dilahan terbuka, harga yang cukup mahal. Ancaman, melihat dari kelemahan yang dimiliki, itu merupakan suatu ancaman tersendiri bagi CV.PPO dimana budidaya tanaman masih di lahan terbuka sehingga muda terserang hama dan penyakit, begitu juga jika dilihat dari sudut pandang pasar tradisional sayuran organik kurang diminati oleh pembeli (konsumen) karena harganya yang cukup mahal. Dari kekuatan, kelemahan, dan ancaman CV. PPO memiliki peluang besar untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan usahanya demi memenuhi permintaan pasokan terkhususnya pasokan sayuran organik.

Dalam mengembangkan pertanian sayuran organik di perlukan strategi yang tepat agar dapat mengatasi permasalahan yang terjadi sehingga dapat memenuhi permintaan pasokan dan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan pertanian sayuran organik di CV. Perusahaan Pertanian Organik (PPO), (2) Untuk menganalisis alternatif – alternatif strategi dalam pengembangan pertanian sayuran organik di CV. Perusahaan Pertanian Organik (PPO). (3) Untuk menentukan strategi prioritas dalam pengembangan pertanian sayuran organik di CV. Perusahaan Pertanian Organik (PPO).

METODE PENELITIAN

Salah satu produsen penyedia produk pertanian organik yaitu CV. Perusahaan Pertanian Organik (PPO), salah satu produk yang dihasilkan yaitu komoditas

hortikultura terutama untuk komoditas sayuran. Dalam menjalankan usahanya CV PPO mengalami beberapa kendala, diantaranya jumlah produksi yang berfluktuatif dan tingginya tingkat persaingan usaha sejenis mengakibatkan sulitnya perkembangan usaha. Oleh karena itu, CV PPO perlu mengidentifikasi faktor – faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan jalannya usaha sayuran organik serta merumuskan strategi yang tepat.

Dalam penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi CV PPO. Faktor lingkungan internal yang perlu diidentifikasi yaitu aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi, dan aspek sumber daya manusia, sedangkan faktor lingkungan eksternal yang perlu diidentifikasi yaitu aspek ekonomi, aspek sosial budaya demografi dan lingkungan, aspek teknologi, aspek pemerintah, politik dan hukum dan aspek persaingan. Untuk merumuskan merumuskan dan menyusun strategi yang tepat ada tiga tahapan yang perlu dilakukan. Tahapan – tahapan tersebut diantaranya tahap pengumpulan input dasar (*the input stage*), tahapan pemanduan atau pencocokkan (*the matching stage*) dan tahapan pengambilan keputusan (*the decision stage*).

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap. Tahap pertama meringkas informasi input dasar yang di perlukan untuk merumuskan strategi yang terdiri dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Exsternal Factor Evaluation*). Tahap kedua untuk menghasilkan strategi alternatif yang tepat dengan memadukkan faktor – faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari tahap input atau tahap pertama dari matriks IFE dan matriks EFE . Teknik pada tahap kedua ini adalah matriks I-E (*Internal-Exsternal*), dan matriks SWOT (*strenght- weaknesses-opportunities-, threats*). Tujuan dari matriks IE yaitu untuk mengetahui posisi perusahaan, sedangkan tujuan dari matriks SWOT yaitu menghasilkan alternatif strategi yang tepat. Tahap ketiga adalah pengambilan keputusan, yang di rangkum dari matriks SWOT, teknik tahap ketiga ini yaitu matriks QSP (*Quantitative strategic planning*) dengan tujuan menghasilkan salah satu strategi yang

tepat untuk dapat diterapkan dalam pengembangan usaha CV Gesty Sino Organik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di CV. Perusahaan Pertanian Organik (PPO). Pengumpulan data dilakukan pada bulan September sampai Oktober 2021.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil oleh penulis dari pengamatan langsung, diskusi serta wawancara. Kegiatan wawancara dilakukan bersama dengan pemilik perusahaan sekaligus sebagai direktur perusahaan dan karyawan perusahaan. Daftar wawancara berisi pertanyaan seputar lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta analisis strategi yang menghasilkan keputusan atau saran ke perusahaan. Data sekunder di peroleh dari berbagai literatur seperti BPS, Jurnal, buku dan data internal CV PPO.

Metode Penentuan Lokasi Sampel

Metode penentuan lokasi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu teknik yang menetapkan ciri – ciri khusus yang di sesuaikan dengan tujuan

penelitian (Yusuf, 2016). Responden terbagi kedalam dua jenis yaitu responden internal dan eksternal.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Data yang diperoleh dianalisis dan diolah secara kualitatif dan kuantitatif melalui tiga tahapan yaitu tahap pemasukan (*the input stage*), tahap pencocokkan (*the matching stage*), dan tahap keputusan (*the decision stage*).

Dalam mengidentifikasi masalah pertama digunakan tahap pengumpulan data dengan strategi matriks IFE dan EFE sedangkan untuk menganalisis masalah kedua digunakan strategi matriks I-E dan analisis SWOT untuk merumuskan alternatif strategi, dan untuk menentukan strategi prioritas menggunakan analisis QSPM (*quantitative strategic planning matrix*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Lingkungan Internal

Aspek – Aspek internal untuk mengidentifikasi Kekuatan dan kelemahan CV.PPO antara lain: Manajemen, Pemasaran, Keuangan, Produksi, dan Sumber Daya Manusia. Kekuatan dan kelemahan CV,PPO ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Kekuatan dan Kelemahan CV. PPO

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan CV PPO menjadi P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya) - Mendapatkan pinjaman modal usaha dari bank BRI 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat keluar masuk pekerja tinggi
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah memiliki pasar tetap - Sudah menggunakan jasa internet untuk mempromosikan produk - Sudah memiliki sebuah mesin pendingin (kultrosi) - Sudah memilki kendaraan tersendiri 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki kemasan tersendiri - Tempat produksi dan pemasaran tidak strategis
Produksi dan operasi	<ul style="list-style-type: none"> - Lahan dan produk telah tersertifikasi organik - Terdapat 16 jenis komoditi sayuran budidaya organik - Kemampuan membuat pupuk organik 	<ul style="list-style-type: none"> - Teknologi produksi belum menggunakan green house atau masih dilakukan proses budidaya di lahan terbuka - Pengolahan lahan masih manual - Menyewalahantambahan
SDM	<ul style="list-style-type: none"> - Pencatatan administasi dan jumlah produksi 	<ul style="list-style-type: none"> -

	sudah menggunakan jasa komputer	
--	---------------------------------	--

Sumber : CV. Perusahaan Pertanian Organik

Identifikasi Faktor Lingkungan Eksternal

Aspek – Aspek internal untuk mengidentifikasi Peluang dan Ancaman

CV.PPO antara lain: Ekonomi, Sosial Budaya dan Lingkungan, Kebijakan Pemerintah, Teknologi, Persaingan. Peluang dan Ancaman CV,PPO ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi Faktor Peluang dan Ancaman CV.PPO

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Ekonomi	- Adanya peluang pasar yang luas untuk produk sayuran organik	- Harga produk sayuran organik mahal
Sosial, budaya dan lingkungan	- Pertanian organik membantu memperbaiki kerusakan ekosistem - Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan makanan organik	- Kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk substitusi - Adanya pengaruh iklim terhadap budidaya sayuran organik
Kebijakan pemerintah	- Kebijakan pemerintah melalui program go organik dan dukungan untuk mengembangkan pertanian organik	- Adanya produk non organik yang di pasarkan juga di CV Gesty Sino Organik
Teknologi	- Mengadopsi perkembangan teknologi pertanian yang semakin canggih	- Ada teknologi petanian yang belum diadopsi
Persaingan	- Kemampuan menciptakan pasar dan bersaing dengan produk pertanian lainnya	- Persaingan pemasaran dan distribusi pesaing sudah lebih luas

Sumber : CV. Perusahaan Pertanian Organik

Analisis Matriks IFE

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal yang dimiliki CV PPO maka dapat diidentifikasi faktor – faktor utama internal CV PPO berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakneses*) yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha sayuran organik. Matriks IFE digunakan untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor internal yang terdapa dalam CV PPO. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategis internal CV PPO. Hasil perhitungan matriks IFE dapat dilihat di tabel 3.

Tabel 3. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No	Faktor Internal Strategi	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Menjadikan CV PPO menjadi P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya)	0,061	4	0,244
2	Mendapatkan pinjaman modal usaha dari bank BRI	0,059	4	0,236
3	Sudah memiliki pasar tetap	0,058	4	0,232
4	Sudah menggunakan jasa internet untuk mempromosikan produk	0,058	3,5	0,203
5	Sudah memiliki sebuah mesin pendingin (kultrosi)	0,063	4	0,252
6	Sudah memiliki kendaraan tersendiri	0,059	3,5	0,206
7	Lahan dan produk telah tersertifikasi organik	0,071	4	0,284
8	Terdapat 16 jenis komoditi sayuran budidaya organik	0,061	3	0,183
9	Kemampuan membuat pupuk organik	0,055	4	0,220
10	Pencatatan administasi dan jumlah produksi sudah menggunakan jasa komputer	0,058	3	0,174
Subtotal				2,234
Kelemahan				
11	Tingkat keluar masuk pekerja tinggi	0,057	2	0,114
12	Belum memiliki kemasan tersendiri	0,061	2	0,122
13	Tempat produksi dan pemasaran tidak strategis	0,06	2	0,120
14	Teknologi produksi belum menggunakan green house atau masih dilakukan proses budidaya di lahan terbuka	0,052	2	0,104
15	Pengolahan lahan masih manual	0,057	1,5	0,085
16	Menyewalahantambahan	0,052	1,5	0,078
17	Upah kerja karyawan di bawah UMR	0,053	1,5	0,079
Subtotal				0,702
Total				2,936

Sumber : Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis matriks Internal Factor Evaluation Diperoleh bahwa total nilai skor adalah 2,936. Dari total skor tersebut dapat disimpulkan bahwa CV PPO menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada. Kekuatan utama yang dimiliki oleh CV PPO adalah lahan dan produk sudah tersertifikasi organik dengan jumlah skor sebesar 0,284. Faktor kekuatan yang kedua adalah sudah

memiliki sebuah mesin pendingin (kultrosi) dengan skor 0,252 yang berarti dengan adanya mesin kultrosi maka produk bisa bertahan dalam jangka waktu lebih lama dari biasanya. Faktor kekuatan ketiga adalah menjadikan CV PPO menjadi P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya dengan skor 0,244 yang berarti dengan kepercayaan tersebut maka CV PPO semakin banyak dikenal oleh masyarakat luas dan secara langsung semakin

meningkatkan luasan pasar yang dapat dijangkau. Faktor kekuatan keempat adalah mendapatkan pinjaman modal usaha dari bank BRI dengan jumlah skor 0,236 yang berarti dengan modal usaha yang ada maka bisa memperbaiki dan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Faktor kekuatan kelima adalah sudah memiliki pasar tetap berarti CV PPO sudah memiliki pelanggan tetap dengan skor 0,232 yang memiliki arti bahwa produk yang dihasilkan selalu terjual. Faktor kekuatan keenam adalah kemampuan membuat pupuk organik dengan jumlah skor 220 yang berarti dengan kemampuan yang ada maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bahkan juga CV PPO tidak perlu membeli pupuk organik lagi. Faktor kekuatan ketujuh adalah sudah memiliki kendaraan tersendiri dengan skor 0,206 yang berarti dengan kendaraan yang dimiliki maka dapat mempermudah aktivitas memproduksi produk organik baik dalam pembelian saprotan maupun pemasaran produk. Faktor kekuatan kedelapan adalah terdapat 16 jenis komoditi sayuran budidaya organik dengan skor 0,204. Faktor kekuatan kesembilan adalah sudah menggunakan jasa internet untuk mempromosikan produk dengan skor 0,203 yang berarti pemasaran online dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu. Faktor kekuatan kesepuluh adalah pencatatan administrasi dan jumlah produksi sudah menggunakan jasa komputer dengan skor 0,174 yang berarti semua kegiatan administrasi bisa dilakukan dengan mudah dan cepat dengan menggunakan komputer.

Faktor kelemahan utama adalah belum memiliki kemasan tersendiri dengan skor 0,122 yang berarti CV PPO perlu membuat kemasan produk untuk bisa menarik konsumen. Faktor kelemahan kedua adalah tempat produksi dan pemasaran tidak strategis dengan jumlah skor 0,120 yang berarti lokasi CV PPO tidak mudah untuk dijangkau oleh

pembeli. Faktor kelemahan ketiga adalah tingkat keluar masuk pekerja tinggi dengan jumlah skor 0,114 yang berarti bahwa jika tingkat keluar masuk tinggi beresiko pada proses produksi. Faktor kelemahan keempat adalah teknologi produksi belum menggunakan green house atau masih dilakukan proses budidaya di lahan terbuka dengan skor 0,104 yang berarti resiko akan terserangnya hama dan penyakit atau bencana sangat besar karena masih dilakukan di lahan terbuka. Faktor Kelemahan kelima adalah pengolahan lahan masih manual dengan skor 0,085 yang berarti kurang adopsi teknologi pertanian pengolahan lahan yang canggih. Faktor kelemahan keenam adalah upah kerja karyawan di bawah UMR dengan jumlah skor 0,079 yang berarti bahwa upah karyawan masih rendah sehingga bisa berakibat pada keluar masuk karyawan tinggi. Faktor ketujuh adalah menyewa lahan tambahan dengan jumlah skor 0,078 yang berarti bahwa untuk memenuhi permintaan maka pihak CV PPO menyewa lahan tambahan tetapi juga menjadi beban tersendiri untuk bisa membayar sewa lahan perbulan.

Analisis Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Matriks EFE digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berkaitan dengan peluang dan ancaman (eksternal) perusahaan. Faktor-faktor yang telah diidentifikasi selanjutnya diberikan pembobotan dan rating untuk masing-masing faktor sehingga dapat terlihat skor total yang tercantum pada matriks EFE. Nilai skor yang diperoleh dapat menunjukkan faktor mana saja yang menjadi peluang utama, peluang kecil, ancaman utama dan ancaman kecil di CV PPO. Hasil perhitungan matriks EFE dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

No	Faktor EksternalStrategis	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Adanya peluang pasar yang luas untuk produk sayuran organik	0,104	3,5	0,364
2	Pertanian organik membantu memperbaiki kerusakan ekosistem	0,075	3,5	0,262
3	Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan makanan organik	0,11	3,5	0,385
4	Kebijakan pemerintah melalui program go organik dan dukungan untuk mengembangkan pertanian organik	0,078	4	0,312
5	Mengadopsi perkembangan teknologi pertanian yang semakin canggih	0,071	3,5	0,248
6	Kemampuan menciptakan pasar dan bersaing dengan produk pertanian lainnya	0,067	3,5	0,234
Subtotal				1,805
Ancaman				
7	Harga produk sayuran organik mahal	0,11	1,5	0,165
8	Kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk substitusi	0,064	2	0,128
9	Adanya pengaruh iklim terhadap budidaya sayuran organik	0,097	1,5	0,145
10	Rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan produk organik	0,107	1,5	0,160
11	Adanya teknologi pertanian yang belum diadopsi	0,062	1,5	0,093
12	Persaingan pemasaran dan distribusi pesaing sudah lebih luas	0,052	1,5	0,078
Subtotal				0,769
Total				2,574

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan analisis matriks Eksternal Factor Evaluation diperoleh bahwa total nilai skor adalah 2,574, hal ini menunjukkan bahwa CV PPO mampu memanfaatkan peluang dalam mengatasi ancaman yang ada. Faktor peluang utama adalah tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan makanan organik meningkat dengan skor 0,385 yang berarti konsumen sudah lebih sadar akan pentingnya mengkonsumsi makanan yang bebas bahan kimia. Faktor peluang kedua adalah adanya

peluang pasar yang luas untuk produk sayuran organik dengan skor 0,364 yang berarti peluang pasar untuk produk organik masih sangat luas. Faktor peluang ketiga adalah kebijakan pemerintah melalui program go organik dan dukungan untuk mengembangkan pertanian organik dengan jumlah skor 0,312 yang berarti bahwa dengan adanya dukungan dari pemerintah maka CV PPO bisa mengembangkan usahanya lebih luas. Faktor peluang keempat adalah pertanian organik memperbaiki kerusakan ekosistem dengan

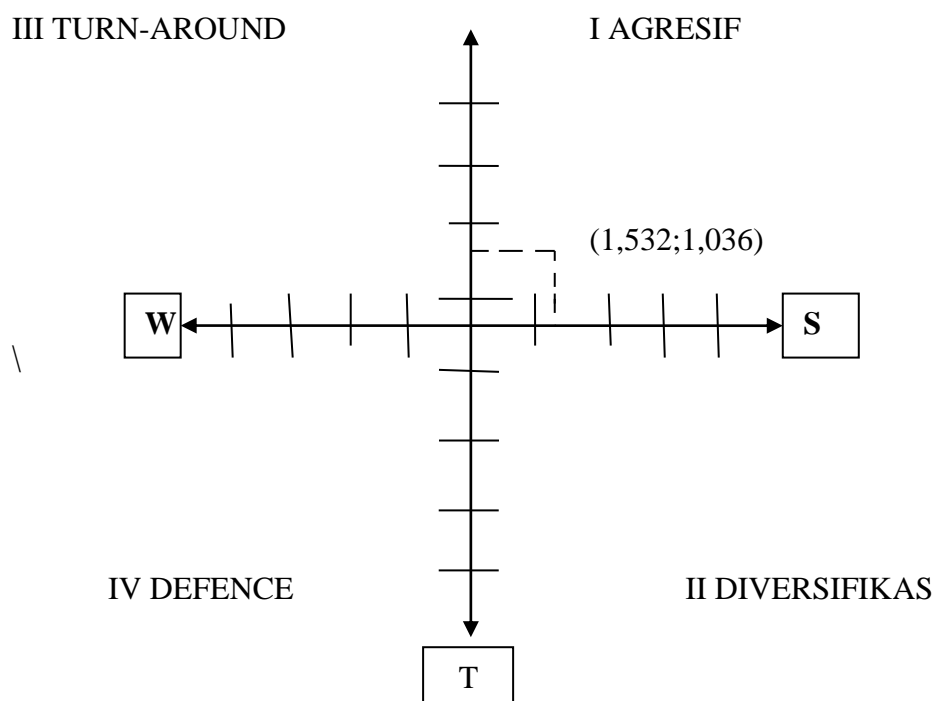
skor 0,262 yang berarti dengan melakukan pertanian organik maka secara langsung sudah menjaga kerusakan tanah. Faktor peluang kelima adalah mengadopsi perkembangan teknologi pertanian yang semakin canggih dengan skor 0,248 yang berarti peluang untuk mengadopsi teknologi masih sangat kuat. Faktor Peluang keenam adalah kemampuan menciptakan pasar dan bersaing dengan produk pertanian lainnya dengan skor 0,234 yang berarti peluang untuk memperluas pasar sayur organik masih sangat besar.

Faktor ancaman utama adalah harga produk sayuran yang mahal dengan skor 0,165 yang berarti konsumen bisa saja lebih memilih produk yang harganya lebih murah. Faktor ancaman kedua adalah rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan produk organik dengan jumlah skor 0,160 yang berarti perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat tentang budidaya sayuran organik. Faktor ancaman ketiga adalah adanya pengaruh iklim terhadap budidaya sayuran organik dengan jumlah skor 0,145 yang berarti budidaya sayuran organik dilahan terbuka sangat beresiko tinggi terhadap serangan hama maupun akibat pengaruh iklim lainnya. Faktor ancaman keempat adalah kemudahan konsumen mendapatkan produk substitusi dengan skor 0,128 yang berarti produk sayuran non organik lebih banyak jumlahnya dan mudah didapat sehingga bisa membuat

konsumen lebih memilih produk lain. Faktor ancaman kelima adalah adanya teknologi pertanian yang belum di adopsi dengan jumlah skor 0,124 yang berarti bahwa ada masih ada peluang untuk CV Gesty Sino Organik mengadopsi teknologi pertanian agar meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Dan Faktor ancaman keenam adalah persaingan pemasaran dan distribusi pesaing sudah lebih luas dengan skor 0,156 yang berarti pengusaha terdahulu luasan pasarnya lebih besar daripada pengusaha pemula.

Matriks IE (*Internal Eksternal*) CV PPO

Parameter matriks IE yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Berdasarkan hasil skor yang diperoleh matriks IFE dan EFE maka diketahui posisi CV Gesty Sino Organik pada matriks IE. Matriks IE dapat dijabarkan melalui gambar diagram. Tujuan dari diagram untuk menentukan posisi strategi perusahaan melalui posisi titik koordinat berada, apakah di kuadran I, II, III atau IV. Hal ini berfungsi untuk mengidentifikasi apakah strategi perusahaan bersifat Agresif, Diversifikasi, Turn-around atau difentif. Hasil perhitungan maka titik yang di peroleh yaitu titik (1,535;1,036). Maka dari identifikasi tersebut dapat digambarkan dalam diagram dibawah ini.



Gambar 4. Diagram Hasil Analisis Matriks Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan gambar diatas diatas, dapat diketahui posisi CV PPO berada di kuadran I yakni mendukung strategi agresif (pertumbuhan). Hal ini menunjukkan bahwa CV PPO memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk merebut peluang yang ada sehingga hal tersebut dapat meningkatkan pemasaran sayuran organik dan mampu bersaing dalam dunia bisnis pertanian. Menurut Freddy Rangkuti (2013) berada pada posisi kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang sebaiknya diterapkan dalam kondisi ini adalah

mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*).

Perumusan Alternatif Strategi (Matriks SWOT) CV PPO

Faktor Internal dan eksternal yang telah diidentifikasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh CV PPO. Faktor-faktor tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Tujuan dari analisis SWOT adalah merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) serta meminimalkan kelemahan (*weakneses*) dan ancaman (*threath*). Hasil analisis SWOT dapat dilihat dari tabel 5. dibawah ini.

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p>Kekuatan (Weakneses)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lahan dan produk telah tersertifikasi organik - Sudah memiliki pasar tetap - Sudah menggunakan jasa internet untuk mempromosikan produk - Sudah memiliki sebuah mesin pendingin (kultrosi) - Sudah memiliki kendaraan tersendiri - Terdapat 16 jenis komoditi sayuran budidaya organik - Kemampuan membuat pupuk organik - Pencatatan administasi dan jumlah produksi sudah menggunakan jasa komputer - Menjadikan CV PPO menjadi P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya) - Mendapatkan pinjaman modal usaha dari bank BRI 	<p>Kelemahan (Weakneses-W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki kemasan tersendiri - Tempat produksi dan pemasaran tidak strategis - Teknologi produksi belum menggunakan green house atau masih dilakukan proses budidaya di lahan terbuka - Pengolahan lahan masih manual - Menyewalahantambahan - Tingkat keluar masuk karyawan tinggi - Upah kerja karyawan dibawah UMR
<ul style="list-style-type: none"> - Peluang (Opportunities-O) - Adanya peluang pasar yang luas untuk produk sayuran organik - Pertanian organik membantu memperbaiki kerusakan ekosistem - Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan makanan organik meningkat - Kebijakan pemerintah melalui progam go organik dan dukungan untuk mengembangkan pertanian organik - Mengadopsi perkembangan teknologi pertanian yang semakin canggih - Kemampuan menciptakan pasar dan bersaing dengan produk pertanian lainnya 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan fasilitas, modal dan sertikasi lahan serta produk yang ada dalam memproduksi serta memenuhi permintaan pasar (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,W8,W10,O1,O2,O3,O6) - Memanfaatkan kesempatan P4S untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta menciptakan pasar yang lebih luas (W9,O2,O3,O4,O5,O6) 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya (W1,O1,02,05,06) - Menciptakan tempat pemasaran yang lebih strategis (W2,01,02,05,06)

- Ancaman (Threats-T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk sayuran organik mahal - Kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk substitusi - Adanya pengaruh iklim terhadap budidaya sayuran organik - Rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan produk organik - Adanya teknologi pertanian yang belum diadopsi - Persaingan pemasaran dan distribusi pesaing sudah lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengoptimalkan penggunaan jasa internet untuk memperluas pemasaran produk (W3,T4,T5) 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan tingkat adopsi teknologi pertanian green house untuk mengatasi pengaruh iklim (W3,W4,T3)

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T. Altrnatif strategi yang diperoleh yaitu :

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang. Strategi S-O yang di jadikan alternatif strategi oleh CV PPO adalah

a. Memaksimalkan fasilitas, modal dan sertikasi lahan serta produk yang ada dalam memproduksi serta memenuhi permintaan pasar

Suatu produk organik dapat bersaing jika kualitas dan kuantitas produk baik. Dalam memenuhi permintaan pasar maka di perlukan strategi yang memfokuskan dalam hal pengendalian dan peningkatan produk. Fasilitas yang dimiliki berupa kulstrori, kendaraan, kemampuan membuat pupuk organik di maksimalkan agar produk tetap terjaga kualitas dan kuantitasnya. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memenuhi permintaan pasokan produk di pasar.

b. Memanfaatkan kesempatan P4S untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta menciptakan pasar yang lebih luas

Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya merupakan satu kesempatan untuk memberitahukan kepada masyarakat luas tentang pentingnya melakukan pertanian organik. Tujuan dari strategi ini adalah CV PPO bisa memperkenalkan produk pertanian yang dihasilkan sehingga secara langsung bisa

meningkatkan keseran masyarakat dan menciptakan serta memperluas daerah pemasaran dari CV PPO.

2. Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi yang menggunakan kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang. Strategi W-O yang dijadikan alternatif Strategi CV PPO adalah

a. Menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya

Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk adalah kemasan. Kemasan yang menarik maka akan menarik perhatian dari konsumen. Tujuan dari pengemasan suatu prdouk adalah menjaga kerusakan produk pada saat pemasaran dan juga menarik perhatian konsumen Tujuan dari startegi ini adalah CV PPO bisa menciptakan kemasan produk yang menarik.

b. Menciptakan tempat pemasaran yang lebih strategis

CV PPO berada di pinggiran kota kupang. Produk organik dengan harga yang cukup mahal, lebih banyak diminati oleh masyarakat yang berpenghasilan menengah keatas. Tujuan dari strategi ini adalah konsumen bisa secara langsung datang melihat dan membeli produk organik yang diproduksi oleh CV PPO.

3. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan ancaman. Stategi S-T yang dijadikan alternatif startegi CV PPO adalah mengoptimalkan penggunaan jasa internet untuk memperluas pemasaran produk.

Zaman modern dan masa Covid-19 semua aktivitas di lakukan dengan menggunakan jasa internet baik dalam pendidikan, pekerjaan, maupun bisnis. Tujuan dari strategi ini adalah mmengoptimalkan toko online yang dimiliki sekarang untuk meningkatkan pemasaran yang lebih luas lagi.

4. Strategi W-T

Strategi W-T adalah startegi yang menggunakan kelemahan internal untuk

Penentuan Prioritas Strategi (Matriks QSP) CV PPO.

Tahap akhir dari anlisis strategi adalah pemilihan strategi terbaik dengan menggunakan alat analisis matriks QSP (Quantitative Strategic Planning Matriks). Analisis matriks QSP digunakan untuk mengevaluasi kemenarikan relatif (*relative attractiveness*) dari hasil analisis yang di hasilkan oleh matriks SWOT.

memanfaatkan ancaman. Strategi W-T yang dijadikan alternatif strategi adalah mengadopsi teknologi pertanian green house untuk mengatasi pengaruh iklim. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengatasi kegagalan panen yang disebabkan dari serangan hama dan penyakit maupun curah hujan sehingga ketersediaan produk tetap terjaga.

Berdasarkan hasil analisis QSPM pada tabel 5 terlihat bahwa strategi prioritas yang harus diprioritaskan yaitu menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya, dengan nilai totas TAS tertinggi sebesar 5,653. Adapun enam strategi tersebut dapat di peringkatkan berdasarkan prioritas bobot TAS terbesar adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Prioritas Strategi (QSPM)

No	- Analisis Prioritas Strategi	Σ TAS
1	- Menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya	5,653
2	- Mengadopsi teknologi pertanian green house untuk mengatasi pengaruh iklim	5,340
3	- Menciptakan tempat pemasaran yang lebih strategis	4,896
4	- Memaksimalkan fasilitas, modal dan sertikasi lahan serta produk yang ada dalam memproduksi serta memenuhi permintaan pasar	4,755
5	- Memanfaatkan kesempatan P4S untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta menciptakan pasar yang lebih luas	4,736
6	- Mengoptimalkan penggunaan jasa internet untuk memperluas pemasaran produk	4,487

Sumber : data diolah (2022)

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis strategi pengembangan sayuran organik pada CV PPO desa Penfui Timur, Kecamatan Kupang Tengah Kabupaten Kupang, maka kesimpulannya adalah (1) Faktor strategi internal CV PPO terdiri dari 10 faktor kekuatan dan 7 faktor kelemahan, sedangkan faktor eksternal CV PPO terdiri dari 6 faktor peluang dan 6 faktor ancaman. Nilai total skor Internal Factor Evaluation (IFE) sebesar 2,936 dan total skor Eksternal Factor Evaluation (EFE) sebesar 2,574 yang terletak pada kuadran I (Agresif) atau pertumbuhan. Kondisi ini sangat menguntungkan dimana kekuatan dan peluang yang ada dapat di manfaatkan untuk mengatasi faktor kelemahan dan ancaman dari usaha CV PPO. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*). (2) Analisis SWOT menghasilkan enam alternatif strategi yaitu menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya, mengadopsi teknologi pertanian green house untuk mengatasi pengaruh iklim, menciptakan tempat pemasaran yang lebih strategis, memaksimalkan fasilitas, modal dan sertifikasi lahan serta produk yang ada dalam memproduksi serta memenuhi permintaan pasar, memanfaatkan kesempatan P4S untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta menciptakan pasar yang lebih luas, Mengoptimalkan penggunaan jasa internet untuk memperluas pemasaran produk. (3) Analisis tabel QSPM (Quantitative Strategic palnning matrix) menghasilkan menciptakan kemasan produk yang menarik agar bisa bersaing dengan produk pertanian lainnya dengan jumlah skor sebesar 5,611 sebagai alternatif strategi utama yang perlu diterapkan di CV PPO.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada CV. PPO sebagai berikut : (1) Di harapkan CV PPO perlu melakukan pengemasan produk untuk tetap terjamin kualitas produk dan lebih banyak menarik perhatian konsumen. (2) Pada lahan budidaya (produksi) bisa menggunakan green house agar bisa mengurangi dampak serangan hama dan penyakit serta pengaruh

perubahan kondisi alam. (3) Perlu mendirikan mendirikan tempat penjualan yang lebih stategis untuk dapat dijangkau oleh konsumen.

4. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas serta kuantitas usaha agar kedepannya lahan CV PPO bisa menjadi suatu kawasan agrowisata. (4) Meningkatkan dan memperluas promosi kepada masyarakat (konsumen) agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas. (5) Strategi yang dihasilkan dalam penelitian ini merupakan strategi jangka waktu pendek (1-2 tahun), untuk itu sangat diharapkan agar CV PPO bisa melakukan evaluasi dan perbaikan kedepan jika strategi – strategi ini tidak berfungsi lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2018. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kupang.
- BPS, 2019. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kupang.
- BPS, 2020. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kupang
- Dlamini, D. F. & Kongolo, M. 2014. Resource Use Efficiency in Organic vegetable production: A Case Studi of Manzini Region, Swaziland. *Journal of Agricultural Studies*, 2(2), 52. <https://doi.org/10.5296/jas.v2i2.5958>
- Dudi Septiadi, d. A. (2010). Strategi Pengembangan Usahatani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. *Jurnal AGRIFO .Vol.5.No.1. April 2020* , 35-43.
- Gheta, A. P. (2017). Strategi Marketing Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada Spektra PT FIFGROUP Cabang Maumere. *Strategi Marketing, Analisis SWOT*.
- Maulana, R. (2016). Analisis SWOT Sebagai Alat Perumusan Strategi Bisnis Pada CV. Buana Rejeki Kalimantan Di Desa Tanjung Mangkalihat Kabupaten Kutai Timur. *e.Journal Administrasi Bisnis, 2016, 4 (2)* , 426-436.

- Mujahidah, K.2013. Analisis Faktor dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Yogya Bogor Junction.[Skripsi]. Bogor. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- 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>
- Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Reynaldy Teja Kusumah, H. S. (2018). Model Analisis SWOT dan QSPM dalam Pemilihan Startegi Pemasaran Distro Botrock Cianjur. *Seminar Nasional IENACO-2018* , 433-440.
- Zainab, Hadayani, Dkk. (2018) Strategi Pengembangan Usaha Sayuran Organik Pada HipetaniK Unggul Sejati Di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Universitas Tadulako. Diakses pada 7 April 2021