

**STRATEGI PENGEMBANGAN SAYURAN ORGANIK PADA
KELOMPOK WANITA TANI “BABUL JANNAH”
DI DUSUN BERU-BERU DESA ONGKO
KECAMATAN CAMPALAGIAN**

**NURSAHIRAH
A 0117304**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Sayuran Organik Pada Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian

Nama : Nursahirah

NIM : A0117304

Disetujui oleh



Dr. Arman Amran, S.P., M.P
Pembimbing I



Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si
Pembimbing II

Diketahui oleh

Dekan,
Fakultas Pertanian dan Kehutanan

Ketua Program Studi
Agribisnis



Prof. Dr. Ir. Kaimuddin., M.Si
NIP 19600512 198903 1 003



Ikawati, S.TP., M.Si
NIP 198310162019032010

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**Strategi Pengembangan Sayuran Organik pada Kelompok Wanita Tani
“Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian**

Disusun oleh :

NURSAHIRAH

A0117304

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Sulawesi Barat
pada tanggal 25 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS**

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
Muhammad Arafat Abdullah, S.Si., M.Si		25 /10 /2022
Ikrar Taruna Syah, S.TP., M.Sc		25 /10 /2022
Astina, S.P., M.Si		25 /10 /2022

SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Komisi Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Arman Amran, S.P., M.P		25 /10 /2022
Andi Werawe Angka S.Pt., M.Si		25 /10 /2022

ABSTRAK

NURSAHIRAH. Strategi Pengembangan Sayuran Organik Pada Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian. Dibimbing oleh **ARMAN AMRAN** dan **ANDI WERAWE ANGKA**

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis lingkungan internal dan eksternal usaha yang mempengaruhi pengembangan sayuran organik. 2) Mendeskripsikan strategi pengembangan usaha yang tepat diterapkan oleh Kelompok Wanita tani “Babul Jannah”. Penelitian ini digunakan untuk menggambarkan fenomena nyata yang terjadi di lapangan. Subjek penelitian ini adalah para anggota kelompok wanita tani, dan konsumen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa gambaran umum objek penelitian dan hasil wawancara peneliti dengan petani, konsumen. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer meliputi petani dan konsumen, serta sumber data sekunder yaitu data Desa Ongko. Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal suatu usaha yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi internal usahatani sayuran organik di Desa Ongko memiliki nilai kekuatan 2,539 dan nilai kelemahan 0,361 yang berarti petani mampu menghindari hanya beberapa hambatan sehingga bisa dikatakan belum unggul dalam hal strategi pengembangan sayuran organik. Sedangkan pada kondisi eksternal usahatani sayuran organik di Desa Ongko menunjukkan nilai peluang 2,008 dan nilai ancaman 0,497 yang berarti petani sudah cukup mampu memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman. Setelah dilakukan analisis SWOT, dapat diketahui strategi yang harus diterapkan adalah strategi menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang .

Kata Kunci: Analisis SWOT, Sayuran Organik, Strategi Pengembangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran masyarakat untuk hidup sehat akhir-akhir ini mulai meningkat. Pola makan tinggi lemak, tinggi kalori, dan rendah serat mulai ditinggalkan oleh masyarakat (Mujahidah, 2013). Disamping itu, masyarakat mulai menyadari bahwa mengkonsumsi produk yang sudah terkontaminasi oleh bahan-bahan sintetik, ternyata dapat menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan manusia, dan residunya dalam jangka panjang akan menumpuk dalam tubuh sehingga menjadi racun bagi kesehatan manusia. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan-bahan sintetik dalam produk pertanian, masyarakat semakin bijak dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan.

Pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan sintetik. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Pola hidup sehat yang akrab lingkungan telah menjadi *trend* baru, meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintesis, dan hormon tumbuh dalam budidaya pertanian. Pola hidup sehat ini mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman dikonsumsi, kandungan nutrisi tinggi, dan ramah lingkungan. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi ini dapat diproduksi dengan metode pertanian organik (Mayrowani, 2012).

Potensi dan peluang pengembangan pertanian organik, terutama pada sayuran organik, memiliki prospek yang baik dan telah berkembang. Adanya kemajuan secara global terkait perekonomian, pendidikan, peningkatan pendapatan, dan kesadaran masyarakat untuk kesehatan dan lingkungan, menyebabkan permintaan produk sayuran organik semakin meningkat, sehingga potensi dan peluang pengembangan pertanian organik untuk sayuran organik cukup terbuka di masa mendatang (Santi, 2008). Menurut Badan Pusat Statistik

(2014), data konsumsi sayuran tahun 2009-2013 memiliki kecenderungan konsumsi yang meningkat dari tahun ke tahun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 18 persen.

Peningkatan konsumsi terhadap sayuran menyebabkan semakin banyaknya petani dan pengusaha agribisnis yang mengembangkan usahanya dalam bidang pertanian organik terutama dalam produk sayuran organik. Mereka semakin peduli dan memperhatikan keamanan produk yang dihasilkan. Semakin banyaknya petani dan pengusaha agribisnis yang bergerak di bidang pertanian organik menyebabkan persaingan dalam unit usaha pengembangan sayuran organik semakin meningkat. Oleh karena itu, unit usaha yang bergerak dalam pengembangan sayuran organik harus memiliki strategi yang tepat agar dapat terus memperoleh keuntungan dan mempertahankan eksistensinya dalam pengembangan sayuran organik tersebut.

Salah satu produsen sayuran organik yang ada di kota Polewali Mandar adalah Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah”. Produsen ini terletak di Dusun Beru-Beru, Desa Ongko, Kecamatan Campalagian. Kelompok Wanita Tani Babul Jannah sudah berjalan sekitar 9 tahun mulai dikenal sebagai kelompok tani perintis budidaya hasil pertanian yaitu sayuran organik. Kondisi alam, tempat Kelompok Wanita Tani menjalankan budidaya sayuran organik merupakan lokasi yang sangat mendukung untuk membudidayakan sayuran organik. Sayuran organik yang diproduksi diantaranya kangkung, sawi, cabai, tomat, terong, timun, jagung.

Selama ini, hasil sayuran tersebut biasa dipasarkan ke agen atau distributor. Petani juga memasarkan produknya dengan menawarkan ke rumah-rumah warga sekitar, serta konsumen yang datang langsung ke kebun. Beberapa kali mendapatkan permintaan untuk komoditas sayuran organik seperti rumah-rumah makan maupun dari konsumen langsung, akan tetapi permasalahan yang dihadapi yaitu volume produksi yang masih fluktuatif sehingga mereka tidak dapat memenuhi permintaan sayuran organik yang cukup besar. Data produksi sayuran organik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Produksi Sayuran Organik Pada KWT “Babul Jannah” Tahun 2016-2020

No	Tahun	Volume Produksi (kg)
1	2016	552
2	2017	432
3	2018	264
4	2019	288
5	2020	444

Sumber: Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah”.

Dari Tabel 1 diatas terlihat bahwa volume produksi sayuran organik dari tahun 2016-2020 mengalami fluktuatif, dimana pada tahun 2016, produksi sayuran organik sebesar 552 kg, tahun 2017 sebesar 432 kg, tahun 2018 sebesar 264 kg, tahun 2019 sebesar 288 kg dan pada tahun 2020 sebesar 444 kg. Perubahan iklim dan hama penyakit tanaman merupakan faktor terbesar yang mengakibatkan volume produksi perusahaan mengalami fruktuaktif. Permasalahan lain yang sedang berkembang pada perusahaan adalah keterbatasan modal dalam mengembangkan usahanya. Selain dari masalah internal, ada juga masalah eksternal yang dihadapi oleh Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” diantaranya yaitu pesaing produk yang sejenis yang menggunakan budidaya konvensional yang berdampak persaingan antara produk sejenis. Melihat keadaan tersebut, maka perlu dilakukan rumusan strategi pengembangan usaha sayuran organik pada Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” (Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah”, 2016)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha sayuran organik pada Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian ?

2. Bagaimana alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha sayuran organik pada Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian.
2. Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah”
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” dalam menyusun strategi pengembangan pertanian organik untuk kelangsungan kelompok wanita tani pada masa yang akan datang.
2. Bagi Lembaga Pemerintah
Sebagai bahan masukan dan informasi yang terkait dengan kebijakan pengembangan usaha kecil berbasis pertanian dengan komoditi unggulan sayuran organik..
3. Bagi Pihak Lain
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pertanian Organik

Pemahaman akan bahaya bahan sintetik dalam jangka waktu lama mulai disadari sehingga perlu dicari alternatif bercocok tanam yang dapat menghasilkan produk yang bebas dari pencemaran bahan kimia serta menjaga lingkungan lebih sehat. Sejak itulah mulai dikembangkan kembali cara pertanian alamiah (*back to nature*). Pertanian organik sebenarnya sudah sejak lama dikenal, sejak ilmu bercocok tanam dikenal manusia, semuanya dilakukan secara tradisional dan menggunakan bahan-bahan alamiah.

Pertanian organik adalah salah satu pertanian yang ramah lingkungan karena dalam pengolahannya menggunakan bahan organik yang akan menunjang dan menjaga kesuburan tanah, serta mengembalikan kerusakan tanah akibat pertanian anorganik. Definisi lainnya juga mengungkapkan bahwa pertanian organik merupakan sistem pertanian holistik yang mempromosikan dan menguatkan kesehatan agroekosistem, termasuk *biodiversity* siklus biologis dan kegiatan-kegiatan biologis tanah (Saragih, 2008 dalam Hubeis, 2013).

Menurut SNI 6729:2016, Pertanian organik merupakan salah satu dari sekian banyak cara yang dapat mendukung pelestarian lingkungan. Pertanian organik bertujuan untuk: 1) mengembangkan keanekaragaman hayati secara keseluruhan dalam sistem, 2) meningkatkan aktivitas biologi tanah, 3) menjaga kesuburan tanah dalam jangka panjang, 4) mendaur ulang limbah asal tumbuhan dan hewan untuk mengembalikan nutrisi kedalam tanah, 5) mengandalkan sumber daya yang dapat diperbaharui pada sistem pertanian yang dikelola secara lokal, 6) meningkatkan penggunaan tanah, air udara secara baik, serta meminimalkan semua bentuk polusi yang dihasilkan dari kegiatan pertanian, 7) menangani produk pertanian dengan penekanan pada cara pengolahan yang baik pada seluruh tahapan untuk menjaga integritas organik dan mutu produk, dan 8) bisa diterapkan pada suatu lahan pertanian melalui suatu periode konversi (BSN, 2016).

Budiasa (2014) menjelaskan bahwa sistem pertanian organik adalah suatu sistem pertanian yang pengelolaannya bertujuan meningkatkan kesehatan agroekosistem termasuk keanekaragaman hayati, siklus biologi, dan aktivitas biologi tanah untuk mengoptimalkan produksi tanaman. Dua aspek utama dalam pertanian organik yaitu penggunaan pupuk dan pestisida organik. Prinsip pertanian organik yaitu tidak menggunakan atau membatasi penggunaan pupuk kimia, harus mampu menyiapkan unsur hara dalam tanaman, dan mengendalikan serangan hama dengan cara lain tidak seperti padi non organik. Organik merupakan istilah pelabelan yang menyatakan bahwa suatu produk sudah diproduksi sesuai dengan 6 standar produksi organik dan disertifikasi oleh lembaga sertifikat resmi. Penggunaan sarana produksi yang berasal dari produk non organik diminimalkan.

Menurut Bargumono (2016), ada dua pemahaman tentang pertanian organik yaitu dalam arti sempit dan dalam arti luas. Pertanian organik dalam arti sempit yaitu pertanian yang bebas dari bahan-bahan kimia. Mulai dari perlakuan untuk mendapatkan benih, penggunaan pupuk, pengendalian hama dan penyakit sampai perlakuan pasca panen tidak sedikitpun melibatkan zat kimia, semua harus bahan hayati alami. Sedangkan pertanian organik dalam arti yang luas adalah sistem produksi pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami dan menghindari atau membatasi penggunaan bahan kimia (pupuk kimia, pestisida, herbisida, zat pengatur tumbuh). Dengan tujuan untuk menyediakan produk-produk pertanian (terutama bahan pangan) yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumen serta menjaga keseimbangan lingkungan dengan menjaga siklus alaminya. Konsep awal pertanian organik yang ideal adalah menggunakan seluruh input yang berasal dari dalam pertanian organik itu sendiri dan dijaga hanya minimal sekali input dari luar atau sangat dibatasi.

Pertanian organik berdasarkan beberapa konsep dan defenisi yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan sebagai sistem usaha tani yang mengelola sumber daya alam secara bijaksana, holistik dan terpadu yang menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumen dan tidak merusak lingkungan.

2.2 Sayuran Organik

Sayur organik adalah sayuran yang dibudidayakan dengan teknik pertanian organik dengan bahan-bahan alami tanpa menggunakan pupuk dan pestisida kimia. Sayuran organik yang diproduksi untuk menyediakan bahan pangan yang aman dikonsumsi bagi kesehatan serta tidak merusak lingkungan dalam jangka panjang (Pracaya dan Kartika, 2016). Unsur gizi yang terkandung dalam sayuran organik merupakan salah satu manfaat yang ditawarkan produsen dalam memasarkan produknya (Muljaningsih, 2011).

Penggunaan bahan-bahan yang mengandung zat kimia secara berlebihan dapat mencemari lingkungan dan berdampak pada gangguan kesehatan, meskipun berdampak positif terhadap peningkatan jumlah produksi. Hal tersebut menyebabkan konsumsi pangan organik seperti sayuran organik masih terbatas oleh orang-orang yang sadar akan kesehatan (Pracaya dan Kartika, 2016).

Sayuran organik memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan yang dimiliki sayuran organik diantaranya sayuran bebas dari pestisida, kandungan gizi yang lebih banyak dibandingkan sayuran biasa dan sehat untuk dikonsumsi. Kelemahan sayuran organik yaitu tergolong merepotkan untuk dibudidayakan, proses budidaya lebih lama dan secara ekonomis memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan sayuran biasa (Minarni et al, 2017)

2.2.1 Pupuk Organik

Pupuk organik merupakan hasil dekomposisi bahan-bahan organik baik tumbuhan kering (humus) maupun limbah dari kotoran ternak yang diurai (dirombak) oleh mikroba hingga dapat menyediakan unsur hara yang dibutuhkan tanaman untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Pupuk organik sangat penting artinya sebagai penyangga sifat fisik, kimia, dan biologi tanah sehingga dapat meningkatkan efisiensi pupuk dan produktivitas lahan. (Supartha, 2012). Susunan kimia pupuk kandang berbeda-beda tergantung dari jenis ternak, umur ternak, macam pakan, jumlah amaran, cara penanganan dan penyimpanan pupuk yang berpengaruh positif terhadap sifat fisik dan kimiawi tanah, mendorong kehidupan mikroba tanah yang mengubah berbagai faktor dalam tanah sehingga menjamin kesuburan tanah (Sajimin, 2011).

Pupuk organik dapat meningkatkan anion-anion utama untuk pertumbuhan tanaman seperti nitrat, Fosfat, sulfat, borat, dan klorida serta meningkatkan ketersediaan hara makro untuk kebutuhan tanaman dan memperbaiki sifat fisika, kimia dan biologi tanah (Lestari, 2015). Pupuk organik mengandung asam humat dan asam folat serta zat pengatur tumbuh yang dapat mempercepat pertumbuhan tanaman (Supartha et al, 2012).

2.2.1.1 Jenis Pupuk Organik

1. Pupuk Kandang

Pupuk kandang adalah pupuk yang berasal dari kandang , ternak, baik berupa kotoran padat (feses) yang bercampur sisa makanan maupun air kencing (urine). Itulah sebabnya pupuk kandang terdiri dari dua jenis, yaitu padat dan cair. Kadar hara kotoran ternak berbeda karena masing-masing ternak mempunyai sifat khas tersendiri. Makanan masing-masing ternak berbeda, padahal makanan sangat menentukan kadar hara. Jika makanan yang diberikan kaya hara N, P, dan K maka kotorannya pun akan kaya zat tersebut (Lingga dan Marsono, 2013).

2. Pupuk Hijau

Disebut pupuk hijau karena dimanfaatkan sebagai pupuk adalah hijauan, yaitu bagian-bagian seperti daun, tangkai, dan batang tanaman tertentu yang masih muda. Tujuannya untuk menambah bahan organik dan unsur-unsur lainnya kedalam tanah, terutama nitrogen (Lingga dan Marsono, 2013).

Pupuk hijau merupakan bahan hijauan yang ditanamkan kedalam tanah untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan tanah bereproduksi. Pupuk hijau memberikan beberapa keuntungan: 1) menyuplai bahan organik bagi tanah, 2) menambah nitrogen ke tanah, 3) makanan bagi mikroorganisme, 4) mengawetkan dan juga meningkatkan ketersediaan bahan organik. Sifat-sifat yang digunakan untuk tanaman sebagai sumber pupuk hijau adalah: 1) cepat tumbuh, 2) tanaman bagian dan suklen, 3) tanaman tersebut sanggup tumbuh pada tanah yang kurang subur (Firmansyah, 2010).

3. Kompos

Kompos merupakan hasil perombakan bahan organik oleh mikroba dengan hasil akhir adalah kompos. Pengomposan merupakan salah satu alternatif pengolahan limbah padat organik yang banyak tersedia disekitar kita. Dari sisi kepentingan lingkungan, pengomposan dapat mengurangi volume sampah dilingkungan kita, karena sebagian besar sampah tersebut adalah sampah organik. Ditinjau dari sisi ekonomi, pengomposan sampah padat organik berarti, bahwa barang yang semula tidak memiliki nilai ekonomis dan bahkan memerlukan biaya yang cukup mahal untuk menanganinya dan sering menimbulkan masalah sosial, ternyata dapat diubah menjadi produk yang bermanfaat dan bernilai ekonomis (Surtinah, 2013).

4. Humus

Humus adalah sisa tumbuhan berupa daun, akar, cabang, dan batang yang sudah membusuk secara alami lewat bantuan mikroorganisme (di dalam tanah) dan cuaca (diatas tanah). Lapisan tanah diatas hutan banyak terbentuk humus. Humus mempunyai cirri khas yaitu berwarna hitam dan coklat tua. Sifat tidak berbeda dengan kompos, yaitu mudah mengikat dan rembes dalam air, dan gembur. Itulah sebabnya humus sangat berguna bagi tanah yang mengalami masalah dalam kesuburannya. Pupuk alam hasil pembusukan secara alami ini pun sudah dilengkapi dengan unsur N, P, K (Lingga dan Marsono, 2013).

5. Kotoran Burung Liar

Pupuk kotoran burung yang lazim disebut guano merupakan kotoran dari berbagai jenis burung liar. Menurut peneitian, kotoran burung banyak mengandung unsur hara bagi tanaman karena berisi biji-bijian yang berasal dari tanaman. Salah satu kotoran burung yang sangat terkenal hingga saat ini adalah kotoran kelelawar. Pupuk ini kaya akan hara seperti nitrogen 8-13%, fosfor 5-12%, dan kalium 1,5-2,5% (Lingga dan Marsono, 2013).

2.2.2 Pestisida Nabati

Pestisida nabati adalah pestisida yang bahan aktifnya berasal dari tumbuh-tumbuhan dan berkhasiat mengendalikan serangan hama pada tanaman. Pestisida nabati tidak meninggalkan dampak residu berbahaya pada tanaman maupun

lingkungan serta dapat dibuat dengan mudah menggunakan bahan yang murah dan peralatan yang sederhana (Soenandar et al, 2010).

Konsep pertanian ramah lingkungan adalah konsep pertanian yang mengedepankan keamanan seluruh komponen yang ada pada lingkungan ekosistem dimana pertanian ramah lingkungan mengutamakan untuk meninggalkan dampak yang negatif bagi lingkungan. Pestisida nabati adalah pestisida yang bahan aktifnya berasal dari tanaman atau tumbuhan dan bahan organik lainnya yang berkhasiat mengendalikan serangan hama pada tanaman.

Pengendalian pestisida nabati menjadi salah satu alternatif pengendalian hama yang relatif aman karena tidak mencemari lingkungan, mudah diperoleh dan mudah dipergunakan sebagai bahan pengendalian.

2.3 Tinjauan Tentang Manajemen Strategi

2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah ilmu dan seni untuk menyinergikan berbagai sumber daya yang dimiliki organisasi secara proporsional sehingga dapat diambil rangkaian keputusan strategi untuk mencapai tujuan organisasi secara optimum dengan memperhatikan lingkungan hidup (Suyadi, 2014). Menurut Sofyan (2015), manajemen strategi adalah suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah-ubah.

2.3.2 Formulasi Strategi

Menurut David (2012) teknik formulasi strategi dapat diintegrasikan ke dalam tiga tahap kerangka pengambilan keputusan, yaitu tahap pengumpulan input (*the input stage*), tahap pemaduan (*the matching stage*) dan tahap penetapan strategi (*the decision stage*). Alat yang disajikan dalam kerangka formulasi strategi tersebut dapat digunakan untuk semua ukuran tipe organisasi serta dapat membantu ahli strategi mengenali, mengevaluasi dan memilih strategi.

1. Tahap input

Tahap input terdiri atas matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), dan Matriks CPM (*Competitive Profile Matrix*). Alat input membutuhkan penyusunan strategi untuk mengantifikasi secara subjektif selama tahap awal dari proses perumusan

strategi. Membuat keputusan kecil dalam matriks input berhubungan dengan tingkat penting relatif dari faktor internal dan eksternal memungkinkan penyusun strategi untuk menghasilkan dan mengevaluasi alternatif strategi dengan lebih efektif.

2. Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan dari kerangka kerja perumusan strategi terdiri atas lima teknik yang dapat digunakan, yaitu matriks SWOT, Matriks SPACE (*Strategic Positioning and Action Evaluation*), Matriks BCG (*Matriks Boston Consulting Group*), Matriks IE (Internal-eksternal), dan Matriks Grand Strategy. Alat ini bersandar pada informasi yang diturunkan dari tahap input untuk mencocokkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal. Mencocokkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal adalah kunci menghasilkan alternatif strategi yang layak secara efektif.

3. Tahap Keputusan

Analisis dan intuisi memberikan dasar untuk membuat keputusan perumusan strategi. Teknik pencocokkan mengungkapkan alternatif strategi yang layak. Banyak dari strategi ini kemungkinan diajukan oleh manajer dan karyawan untuk berpartisipasi dalam aktivitas analisis dan pilihan strategi.

Dari penjelasan di atas tentang manajemen strategi dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi akan terus berlanjut dan perlu dikembangkan sebab tidak menutup kemungkinan strategi yang telah ditetapkan dimasa lalu sudah tidak sesuai lagi dengan kondisi persaingan saat ini.

2.4 Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Umar (2011), strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competition*).

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia karya Wjs Peorwadarminta dalam buku Pengembangan Media Pembelajaran karya Sukiman, pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai (Sukiman, 2012).

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar (Anoraga, 2011).

Menurut Nitisusantoro (2010), pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

Dari penjelasan di atas, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas.

2.5 Analisis Lingkungan Organisasi

Analisis lingkungan ini meliputi dari kegiatan memonitor, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Tujuannya yaitu untuk mengidentifikasi faktor strategis, elemen eksternal dan internal akan memutuskan strategi dimasa yang akan datang bagi perusahaan (Whelen dan Hunger, 2012).

2.5.1 Lingkungan Internal

Menurut David (2012), faktor lingkungan internal yaitu segala faktor yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut yang dapat menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan perusahaan yang sifatnya dapat dikendalikan oleh pemimpin perusahaan. Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas organisasi yang dapat dikontrol dan dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk. Faktor-faktor internal ini muncul dalam aktivitas manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen dan sebuah bisnis.

1. Manajemen

Fungsi manajemen terdiri dari lima aktivitas dasar yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengelolaan staf dan pengendalian. Perencanaan dapat memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja organisasi dan individu. Perencanaan memungkinkan organisasi mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang eksternal dan meminimalkan pengaruh ancaman eksternal.

2. Pemasaran

Pemasaran dapat digambarkan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa. Ada tujuh fungsi pemasaran, yaitu analisis pelanggan, penjualan produk atau jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang. Pemahaman terhadap fungsi pemasaran membantu penyusun strategi mengidentifikasi dan mengevaluasi kelemahan pemasaran.

3. Keuangan atau Akuntansi

Kondisi keuangan sering dianggap sebagai salah satu ukuran terbaik untuk posisi kompetitif dan daya tarik keseluruhan suatu perusahaan. Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan suatu organisasi merupakan hal yang penting guna memformulasikan strategi secara efektif.

4. Produksi atau Operasi

Fungsi produksi atau operasi suatu bisnis terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi atau

operasi berhubungan dengan input transformasi, dan output yang bervariasi antar industri dan pasar.

5. Penelitian dan Pengembangan

Perusahaan yang menjalankan strategi pengembangan produk khususnya harus memiliki orientasi litbag yang kuat.

6. Sistem Informasi Manajemen

Informasi menghubungkan semua fungsi bisnis menjadi satu dan menyediakan dasar untuk semua keputusan manajerial, ini merupakan pondasi dari semua organisasi. Informasi menunjukkan sumber utama dari kekuatan atau kelemahan kompetitif manajemen.

2.5.2 Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas peluang yang dapat menguntungkan sebuah organisasi dan ancaman yang harus dihindarinya. Menurut David (2012), kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori besar yaitu (1) Kekuatan ekonomi, (2) Kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan, (3) kekuatan Politik, pemerintah dan hukum, (4) Kekuatan teknologi, (5) Kekuatan kompetitif.

Faktor eksternal kunci ini dapat berubah seiring berjalannya waktu dan berdasar industri. Hubungan baik dengan pemasok dan distributor sering kali menjadi faktor penting untuk kesuksesan. Variabel lain umum yang digunakan mencakup pangsa pasar, keragaman produk pesaing, ekonomi dunia, keunggulan atas kepemilikan dan pelanggan besar, harga yang bersaing, kemajuan teknologi, pergeseran populasi, tingkat suku bunga, dan penurunan populasi.

1. Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap kondisi dan strategi perusahaan. Faktor ekonomi dapat membantu atau menghambat upaya mencapai tujuan perusahaan dan menyebabkan keberhasilan kegagalan strategi yang dapat berperan sebagai peluang ataupun ancaman karena dapat mempengaruhi daya beli dan pola konsumsi masyarakat.

2. Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan

Perubahan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap hampir semua produk, jasa, pasar, dan pelanggan.

Organisasi kecil ataupun besar berorientasi laba dalam semua industri telah dikejutkan dan ditantang oleh peluang dan ancaman yang berasal dari perubahan variabel sosial, budaya, demografi, dan lingkungan. Trend sosial, budaya, demografi, dan lingkungan membentuk cara masyarakat hidup, memproduksi, dan mengkonsumsi. Trend baru menciptakan tipe konsumen yang berbeda, ini mengakibatkan kebutuhan akan barang dan jasa serta strategi yang berbeda.

3. Politik, Pemerintah, dan Hukum

Pemerintah Negara federal, bagian lokal, dan pelanggan organisasi. Faktor politik, pemerintah, dan hukum dapat menjadi peluang atau ancaman utama untuk perusahaan kecil maupun besar.

4. Teknologi

Kekuatan teknologi menggambarkan peluang dan ancaman utama yang harus dipertimbangkan dalam formulasi strategi. Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi produk, jasa, pemasok, distributor, pesaing, pelanggan, proses produksi, dan praktik pemasaran. Kemajuan teknologi dapat menciptakan pasar baru, yang menghasilkan penciptaan produk baru dan produk yang lebih baik, perubahan posisi biaya kompetitif dalam suatu industri, dan membuat produk dan jasa yang ada saat ini menjadi ketinggalan zaman.

5. Kompetitif

Berdasarkan pendekatan organisasi industrial, faktor eksternal (industry) lebih penting dari faktor internal dalam perusahaan yang ingin mencapai keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif ditentukan oleh positioning kompetitif ini di dalam industri. Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing merupakan hal yang penting untuk keberhasilan formulasi strategi.

2.6 Matriks IFE, Matriks EFE dan Matriks IE

Menurut David (2012), matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan sebuah alat formulasi strategi yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan

antara area-area tersebut. Data dan informasi aspek internal dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan yaitu dari aspek manajemen, keuangan atau akuntansi, pemasaran, sistem informasi manajemen, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan.

Matriks EFE (*eksternal Factor Evaluation*) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dianggap penting. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan.

Matriks IE (Internal-Eksternal) merupakan salah satu parameter yang meliputi matriks parameter kekuatan internal dan pengaruh perusahaan yang masing-masing akan mengidentifikasi kedalam elemen eksternal dan internal melalui matriks IFE dan EFE.

2.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau Strengths, kelemahan atau Weakness, peluang atau Opportunities, dan ancaman atau Threats dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilih berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya (Suryatama, 2014 dalam Cahyono, 2016).

Menurut Khotler mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness), dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Berikut ini penjabaran tentang analisis SWOT yaitu:

1. Kekuatan (*Strenght*) adalah sumber daya keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh

perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

2. Kelemahan (*Weakness*) adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.
3. Peluang (*opportunities*) adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.
4. Ancaman (*Threats*) adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang.

Menurut Rangkti (2017), alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu:

1. Strategi S-O yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi S-T yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi W-O yaitu diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi W-T yaitu meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi pengembangan pertanian organik banyak menjadi penelitian bagi para peneliti sebelumnya. Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan harus dapat mengikuti perubahan lingkungan yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap pengembangan usahanya agar dapat bersaing dipasar. Penelitian terdahulu yang menjadi literatur penelitian strategi pengembangan dalam meningkatkan hasil pertanian organik kelompok wanita Babul Jannah sebagai berikut :

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firmansyah (2016) bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, serta ancaman dan peluang dan menetapkan strategi utama yang diterapkan dalam pengembangan usaha tani sayuran organik dikelompok tani merbabu. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan pengembangan usaha tani organik kelompok tani bangkit merbabu adalah proses budidaya tidak menggunakan pestisida kimia, sedangkan kelemahan adalah penerapan dan pengelolaan sistem informasi manajemen belum baik. Faktor eksternal memiliki peluang pasar sayuran organik yang luas maupun luar negeri, sedangkan ancaman adalah kemudahan konsumen mendapatkan produk substitusi. Strategi utama dalam pengembangan usahatani sayuran organik bangkit merbabu berdasarkan matriks QSPM adalah menjaga dan meningkatkan kualitas hasil sayuran organik.

Penelitian Sri Wahyuni (2016) mengenai analisis strategi pemasaran sayuran hidroponik merek papamama farm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Identifikasi internal perusahaan menghasilkan kekuatan perusahaan meliputi sistem budidaya yang lebih murah, lokasi tiga tempat yang memiliki potensi perluasan usaha, sudah lama berpengalaman, jenis sayuran lebih beragam, kemasan menarik, sayuran bebas pestisida, merek sudah lama dipasar, serta brosur sudah yang menarik. Sedangkan kelemahannya adalah produksi tidak stabil, skala produksi belum ekonomis, kualitas sayur tidak konsisten, sistem penentuan harga, sistem pengiriman, pemilihan pasar sasaran tidak fokus, serta strategi promosi tidak konsisten. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang bagi papamama Farm

adalah karakteristik konsumen, permintaan masih tinggi, sistem budidaya pesaing lebih mahal, tingkat kesulitan memasuki pasar bagi pesaing baru, peningkatan pendapatan dan tingkat pendidikan masyarakat, kelas sosial masyarakat yang semakin beragam dan peningkatan teknologi. Ancaman yang dihadapi saat ini adalah tingkat kesetiaan konsumen, pelayanan pengecer, tekanan produk substitusi, strategi harga dan strategi distribusi pesaing dan resiko alam. Ancaman masa mendatang selain ada saat ini juga meliputi tingkat kemampuan mengikuti kemajuan teknologi, strategi pesaing yang lebih agresif, serta poendatang baru dengan tingkat efesiensi yang lebih tinggi. Papamama Farm kurang jelas dalam strategi segmentasi, akibatnya adalah kurang fokus dalam memilih pasar sasaran utama yang hendak dilayani. Kondisi ini berakibat kurang efektifnya strategi bauran pemasaran yang dijalankan.

2.8 Kerangka Berpikir Penelitian

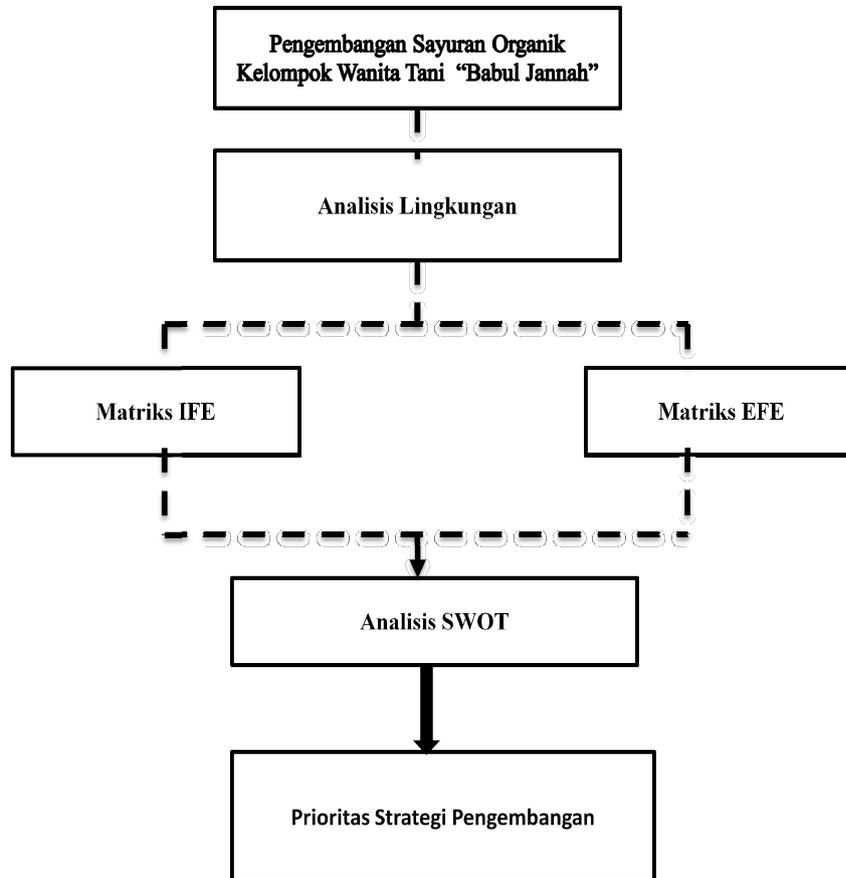
Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” merupakan salah satu kelompok yang menghasilkan hasil pertanian organik yaitu sayuran organik. Selama menjalankan usaha tersebut kelompok wanita tani “Babul Jannah” mengalami berbagai permasalahan baik internal maupun eksternal ketika memproduksi sayuran organik. Permasalahan internal yang dialami Kelompok Wanita Tani “Babul Jannah” terkait dengan volume produksi yang masih fluktuatif sehingga tidak mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas.

Selain dari masalah internal ada juga masalah eksternal yang dihadapi oleh kelompok wanita tani “Babul Jannah” diantaranya yaitu pesaing produk yang sejenis yang menggunakan budidaya konvensional yang berdampak persaingan antara produk sejenis. Oleh karena itu untuk mengatasi kendala-kendala tersebut kelompok wanita tani “Babul Jannah” harus memiliki startegi pengembangan yang tepat untuk terus memperoleh keuntungan serta meningkatkan hasil pertanian organik demi keberlanjutan usahanya.

Penelitian ini mengidentifikasi lingkungan faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi kelompok wanita tani “Babul Jannah”. Sedangkan untuk merumuskan dan menyusun strategi pemasaran yang tepat terdapat tiga tahapan

yang perlu ditempuh. Tahapan-tahapan tersebut yaitu pengumpulan data, analisis, penetapan dan pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian diatas adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Adhawati. 2012. Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Kelompok Tani di Kelurahan Manongki Kecamatan Polongbengkeng Utara Kabupaten Takalar. Skripsi Makassar: Unismuh Makassar.
- Agustina S. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Agrios, GN. 2005. *Plant Pathology*. Fifth Edition. USA: Elsevier Academic Press.
- Akhmad, Heru PW, Ashabul Anhar. 2017. Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produksi, Kualitas Hasil Pendapatan Petani Kopi Arabika di Aceh Tengah. *Jurnal Agresep*.
- Setiawan, A. 2017. Implementasi Optical Character Recognition (OCR) pada Mesin Penerjemah Bahasa Indonesia Ke Bahasa Inggris. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Konsumsi Sayuran per Kapita*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- BSN. 2016. *Sistem Pertanian Organik*. BSN, Jakarta.
- Budiasa, IW. 2014. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. (Kresno Suroso.Penj). PT Indeks, Jakarta.
- Bargumono. 2016. *Pertanian Organik*. Global Pustaka Utama, Yogyakarta.
- Bernardes, MFF, Pazin, M, Periera, LC., Dorta, D.J. (2015). Dampak dari Pestisida aktif Lingkungan dan Manusia Kesehatan. *Studi Toksikologi*.
- Cahyono, P. 2016. "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan". Universitas Islam Lamongan.
- David, F. R. 2012. *Manajemen Strategi Edisi Keduabelas*, Salemba Empat, Jakarta.
- Firmansyah, MA. 2010. *Teknik Pembuatan Kompos*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP), Kalimantan Tengah.
- Firmansyah. 2016. Strategi Pengembangan UsahaTani Sayuran Organik Kelompok Tani Bangkit Merbabu di Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah. Skripsi Universitas Satya Wacana.
- Harjadi, A. 2021. Experiental Marketing dan Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Pratama. Diedit Oleh S. Pratama.Insanias, . Gunung Jati

- Harahap H, Prince AT. 2022. Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Pada Usaha Raka Mandiri Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja. Skripsi. Universitas Sulawesi Barat.
- Harsita, PA. dan Amam, A. 2019. Permasalahan utama usaha ternak sapi potong di tingkat peternak dengan pendekatan Vilfredo pareto anal kamukak. Seminar Prosoding Teknologi Peternak dan Dokter Hewan. Jember
- Hubeis, M., Widyastuti, H., Wijaya, H N., Juarini, N., 2013. *Prospek Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi Berbasis Petani*. IPB Press, Bogor.
- Husein, U. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Karim A, Adiwarmam. 2012. *Ekonomi Makro Islam*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Komite Nasional Akreditasi Nasional. 2017. SNI ISO/IEC Penilaian Kesesuaian Persyaratan untuk Lembaga Sertifikasi Produk, Proses, dan Jasa. Indonesia: KAN.
- Kotler, Philip Armstrong, Gary, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lingga, P dan Marsono. 2013. *Petunjuk Penggunaan Pupuk*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Mayrowani, H. 2012. *Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia*. Forum Penelitian Agro Ekonomi.
- Mudakir, B. 2011. Produktivitas Lahan dan Distribusi Pendapatan Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan Pada Usahatani Padi. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*. Vol. 1(1): 74-83.
- Mujahidah, K 2013. *Analisis Faktor dan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Swalayan Yogya Bagor junction*. Skripsi. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Muljaningsih, S. 2011. *Prefensi Konsumen dan Produsen Produk Organik di Indonesia*. Jurnal, <http://wacana.ub.ac.id/>
- Mulyadi, N. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Bandung
- Pandji, A. 2011. Pengantar Bisnis: *Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Pracaya dan Juang GK. 2016. *Bertanam dan Sayuran Organik*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Punaji, S. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, Kencana, Jakarta.

- Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rasmikayati, E., Saefudin, BR., Karyani, T., Kusno, K., Rizkiansyah, R. 2020. Analisis Faktor dan Tingkat Kepuasan Ditinjau dari Kualitas Produk dan Pelayanan pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung
- Rukmana. 2002. *Bawang Merah: Budidaya dan Pengelolaan Pascapanen*. Kanisius, Yogyakarta.
- Robbins, CSP dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sajimin. 2011. *Medicago sativa (Alfafa) sebagai Tanaman Pakan Ternak Harapan di Indonesia*. Balai Penelitian Ternak, Bogor.
- Sari, R. 2008. Analisis Strategi Usaha Sayuran Organik di PT Anugrah Bumi Persada, Kabupaten Cianjur. Skripsi. Program Studi Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Soenandar, M. Aeni, MN. dan Raharjo, A. 2010. *Petunjuk Praktis Membuat Pestisida Organik*. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Sofyan, I. 2015. *Manajemen Strategi, Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Stanton, WJ. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Erlangga, Erlangga.
- Suhartina, dan Prince AT. 2022. Strategi Pemasaran Kopi Bubuk pada Usaha Raka Mandiri Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja. Skripsi. Universitas Sulawesi Barat.
- Supartha, Yogi NI, Wijana, Gede M, Adnyana, 2012. *Aplikasi Jenis Pupuk Organik Pada Tanaman Padi Sistem Pertanian Organik*, *E-Jurnal Agroekoteknologi Tropika* ISSN: 2301-6515 Vol. 1(2).
- Surtinah, 2013. Pengujian Kandungan Unsur Hara dalam Kompos yang Berasal Dari Serasah Tanaman Jagung Manis (*Zea mays saccharata*). *Jurnal Ilmiah Pertanian*. 11(1):16-26
- Suyadi dan Dewi, 2014. *Manajemen Strategi dan Pengambilan Keputusan Korporasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sukiman. 2012. *Pengembangan Media Pembelajaran*, Pedagogia, Yogyakarta.
- Sri Wahyuni, NN. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Merek Papamama Farm*. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora. Vol.1(1): 29-42.
- Whelen dan Hunger. 2012. *Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability. Thirteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.

RIWAYAT HIDUP



NURSAHIRAH, lahir di Ca'bulung pada tanggal 18 September 1999, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Dilahirkan dari pasangan Bapak Samauna dan Ibu Nahira. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 040 Inpres Palludai pada tahun 2011 kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri Katumbangan Lemo dan selesai pada tahun 2014 dan pada tahun 2017 penulis menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 1 Campalagian, dan melanjutkan pendidikan sebagai Mahasiswi Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian dan Kehutanan UNIVERSITAS SULAWESI BARAT. Pada tanggal 12 Juli 2017 sampai dengan tanggal 10 Agustus 2020, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Gelombang XV di Desa Ongko, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Penulis menyelesaikan Praktek Kerja Lapang (PKL) di Kantor UPTD BBTPH Polewali Mandar pada tahun 2020.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha yang disertai Doa kedua Orang Tua dalam menjalani aktivitas selama di jenjang Sekolah Dasar (SD) sampai ke jenjang pendidikan Perguruan Tinggi Universitas Sulawesi Barat. Penulis menyelesaikan tugas akhir dengan Judul Skripsi: Strategi Pengembangan Sayuran Organik Pada Kelompok Wanita Tani "Babul Jannah" di Dusun Beru-Beru Desa Ongko Kecamatan Campalagian