



Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L) di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere

Theresia Barek Tapo

Program Studi Agribisnis, Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan,
Universitas Nusa Nipa

Abstract

Received: 4 Januari 2024
Revised: 17 Januari 2024
Accepted: 30 Januari 2024

Shallots (*Allium Ascalonicum* L) is a horticultural crop commodity that has high economic value which has long been intensively cultivated by farmers and is generally widely consumed by the public as a spice vegetable or better known as a food seasoning. This research aims to identify internal and external factors and determine strategies for developing Shallot Farming in the UNIPA FTP3 Practice Gardens from August 2023 to December 2023. Determining 20 respondents using Purposive Sampling Technique. This research uses a descriptive analysis method to determine SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) to look at the internal environment, namely strengths and weaknesses, as well as the external environment, namely opportunities and threats for shallot farming in the UNIPA Practice Farm. The results of this research show that the strategy analysis diagram of the Shallot Farming Business in the UNIPA Practice Garden is in quadrant I (Progressive), which means the Shallot Farming Business is in a profitable position and it is recommended to continue to expand, increase growth and achieve maximum progress. S-O's alternative strategy for Shallot Farming is to utilize strategic locations to increase shallot production so that it is marketed on a wider scale. W-O's strategy is more about utilizing public awareness to form new online-based markets by having labels, packaging and permanent markets. The S-T strategy improves the quality of shallots so that they are better than shallots from other regions. W-T's strategy seeks promotion and has a permanent label, packaging and market so that it can increase consumer attractiveness for organic shallot products.

Keywords: Farming, Shallots, Strategy, Development

(*) Corresponding Author: tessawerang18@gmail.com

How to Cite: Tapo, T. (2024). Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L) di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 1071-1082. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11077229>

PENDAHULUAN

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) merupakan salah satu jenis hortikultura sayuran berbentuk umbi yang mempunyai banyak manfaat dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi, sehingga layak untuk dikembangkan. Tanaman bawang merah banyak ditanam di daerah dataran rendah dengan ketinggian antara 10-250 meter di atas permukaan air laut dengan suhu 22-25°C. Walaupun demikian tanaman ini dapat pula ditanam di daerah pegunungan dengan ketinggian sampai 1200 meter di atas permukaan laut dengan suhu 22-



25°C., hanya umbinya menjadi lebih kecil dan warnanya kurang mengkilat dan umurnya lebih panjang tidak seperti halnya bila di tanam di daerah di dataran rendah. (Firmanto, 2011).

Usahatani bawang merah bisa menjadi peluang menguntungkan atau dapat memicu ancaman yang bagi pelaku usaha. Dengan lingkungan internal, pelaku usaha dapat mengetahui kekuatan apa yang dimaksimalkan dan kelemahan apa yang harus diminimalkan dalam usahanya. Dan yang terpenting juga sering terjadi kendala yang dihadapi oleh ketidaktepatan dalam penerapan strategi posisi usaha. Yang harus diketahui bahwa penerapan strategi yang baik dan tepat sangat membantu sistem kerja usaha lebih efektif dan efisien untuk pencapaian tujuan yang ditargetkan. Melalui strategi yang tepat dan sesuai untuk diterapkan, maka hal ini menarik minat masyarakat untuk memberdayakan usaha tersebut sebagai modal meningkatkan ekonomi petani. Usahatani bawang merah cukup menjanjikan bagi petani, karena memiliki potensi yang cukup besar dan dapat dikembangkan kedepannya, dilihat dari permintaan pasar yang terus meningkat. Hal ini mengakibatkan minat petani untuk berusaha tani bawang merah semakin besar.

Petani bawang merah sangat berharap usahatani yang dijalankannya dapat menghasilkan keuntungan. Masalah yang dihadapi oleh petani di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan dalam pengembangan usahatani tanaman bawang merah yakni minimnya pengetahuan mereka mengenai cara budidaya bawang merah yang berorientasi pada pasar dalam hal kurangnya peningkatan akses pemasaran karena dengan adanya akses pemasaran dapat mempercepat informasi terkait pemasaran yang ada sehingga berhasilnya pelaksanaan usahatani bawang merah. iklim yang tidak menentu, serangan organisme pengganggu tanaman dan masih sederhananya sarana dan prasarana pertanian yang mereka gunakan adalah beberapa penyebab sulitnya petani untuk mengalami kemajuan yang berarti karena peran teknologi dalam pertanian meningkatkan produksi melalui penggunaan teknologi yang tepat, memungkinkan petani bawang merah untuk mengelola sumber daya dengan lebih efisien sehingga petani dapat mengoptimalkan proses produksi . oleh sebab itu perlu dilakukan Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah.

METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka. Waktu penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, yang dimulai pada bulan Agustus sampai Desember 2023.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dan deskriptif. Studi kasus yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan. Deskriptif yaitu metode penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2005).

Penentuan dan Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan Teknik Penentuan Informan adalah Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Populasi penelitian ini adalah responden baik dari pihak dalam maupun luar usaha pengembangan bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan di mana Manajer sebagai *key informan* dan 8 karyawan yang bekerja di kebun praktek serta 11 konsumen yang dianggap representatif dan mengetahui tentang daerah penelitian. Jadi jumlah sampel untuk penelitian ini berjumlah 20 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Sampurna Dadi Riskiono (2020), Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer. Di mana data dikumpulkan melalui:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang berupa informasi dan berasal dari catatan penting baik dari Lembaga atau organisasi maupun dari perorangan.

4. Kuisioner

Kuisioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis terhadap responden untuk dijawab.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif.. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif.. Rangkuti (1997), yang menyatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau *Opportunities*. Analisis Situasi. tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara

Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Matriks IFE, yang mana dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal yang meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara dalam membuat tabel IFE.

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Melakukan identifikasi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi suatu usaha yang dilihat dari faktor peluang dan faktor ancaman, sebelum membuat matriks EFE, kita perlu mengetahui cara-cara untuk menentukan pembuatan tabel matriks EFE.

Matriks IE Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE)

Merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu.

Matriks SWOT

Menurut Rangkuti matriks SWOT adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Perumusan strategi SWOT dilakukan melalui matrik SWOT menghasilkan 4 (empat) set alternatif strategi sebagai berikut:

- a. Strategi SO, yaitu pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi segala ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
- d. Strategi WT, yaitu meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman

Matriks SWOT terdiri dari Sembilan sel. Ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel selalu dibiarkan kosong (sel kiri atas). Empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, T. ada delapan langkah yang terlibat dalam pembuatan matriks SWOT.

Tabel 1. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*)

Internal Factor	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
External Factor		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI (WT) Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Sumber: David (2009).

Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitaif melalui perhitungan analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu: melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; menghitung skor (a) masing-masing point faktor

dilakukan secara saling bebas penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor. yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).

1. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y;
2. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor Internal Faktor *Analisis Strategic* (IFAS) dan Eksternal *Factor Analisis Strategic* (EFAS) diperoleh kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh usahatani bawang merah pada kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan UNIPA. Faktor-faktor strategi internal dan eksternal diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh konsumen, dan karyawan di kebun Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan UNIPA .

Penentuan nilai faktor dalam pembuatan matriks SWOT terdiri dari, *Internal Startegy Factor Analysis Sumary* (IFAS) dan *Ekternal Startegy Factor Analysis Sumary* (EFAS). Adapun dibawah ini matriks IFAS dan EFAS antara lain:

Matriks *Internal Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS)

Ahmad (2020) mengatakan untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah total perkalian bobot dan ranting ($c= a \times b$) pada setiap faktor S-W. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat). Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat lemah) atau 2 (lemah). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

Tabel 2. Matriks Internal Faktor Analisis Strategi(IFAS)

O	Faktor-Faktor Strategis Internal	(a)	Reting (b)	Nilai (axb)
	KEKUATAN (S)			
	Lokasi cukup mendukung dan strategis untuk	0,	4	

	pengembangan Usahatani	16		.64
	Kualitas bawang merah organik baik	0, 14	4	,56
	Menggunakan pupuk organik	0, 15	4	,6
	Aksesibilitas baik	0, 15	4	,6
	Ketersediaan bahan input (Lahan, Tenaga Kerja, Air)	0, 15	4	,6
	Total Kekuatan	0, 75		,00
	KELEMAHAN			
	Belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap	0, 12	2	,24
	Kurangnya kegiatan promosi	0, 13	2	,26
	Total Kelemahan	0, 25		,50
	TOTAL	1, 00		,50

Berdasarkan tabel 2 diperoleh total nilai skor berbobot sebesar 3,50. Sebelumnya menurut Rangkuti (2001) jika skor yang didapatkan 1,00 sampai 1,99 maka menunjukkan posisi internal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi internal kuat. Dari total skor 3,50 tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa hasil bawang merah organik di kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan saat ini berada pada posisi kuat. Hasil diatas menunjukkan bahwa faktor internal bawang merah organik di kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan relatif berkembang dalam memanfaatkan berbagai macam kekuatan yang dimiliki. Faktor-faktor kekuatan yang dominan bagi hortikultura kebun praktek masing-masing memiliki nilai skor sebesar 0,75. Faktor kekuatan tersebut seperti Lokasi cukup mendukung dan strategis untuk pengembangan Usahatani, Kualitas bawang merah organik baik, menggunakan pupuk organik, Aksesibilitas baik dan Ketersediaan bahan input (Lahan, Tenaga Kerja, Air). Kelemahan utama yang dimiliki kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan dengan nilai skor masing-masing sebesar 0,25 antara lain seperti Belum memiliki lebel, kemasan, dan pasar tetap, Kurangnya kegiatan promosi.

Matriks Ekternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)

Sama seperti matriks IFAS untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah total perkalian bobot dan ranting ($c=axb$) pada setiap faktor O-T. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat). Sedangkan untuk kelemahan

dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat lemah) atau 2 (lemah). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 (Ahmad, 2020). Sehingga antara lain sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks Faktor Strategi Eksternal

NO	Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (a x b)
PELUANG				
1	Permintaan bawang merah organik semakin meningkat	0,13	4	0,52
2	Berkembangnya pasar hortikultura konvensional	0,13	4	0,52
3	Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi bawang merah organik	0,12	4	0,48
4	Berkembangnya pasar modern atau online	0,13	4	0,52
5	Berkembangnya sistem budidaya pertanian (bawang merah) modern	0,12	4	0,48
	Total Peluang	0,63		2,62
ANCAMAN				
1	Banyak produk bawang merah yang berasal dari luar Kabupaten Sikka	0,12	2	0,24
2	Stabilitas harga bawang merah	0,12	2	0,24
3	Keadaan iklim dan cuaca yang tidak menentu	0,13	2	0,26
	Total Ancaman	0,37		0,74
	TOTAL	1,00		3,36

Berdasarkan tabel 3 menurut Rangkuti (2001) jika skor yang didapatkan 1,00 sampai 1,99 maka menunjukkan posisi eksternal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi eksternal rata-rata. Hasil total skor berbobot adalah sebesar 3,36 maka dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan usaha Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere sudah mampu mengelola peluang dengan rata-rata 0,63. Meskipun begitu, usaha Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere masih harus mengantisipasi berbagai macam ancaman dari lingkungan luar usaha. Ancaman terbesar yang harus diantisipasi oleh kebun fakultas senilai 0,37 yaitu Produk bawang merah daerah lain, Stabilitas harga bawang merah dan keadaan iklim dan cuaca yang tidak menentu.

Alternatif Strategi

Strategi pengembangan usahatani bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan dapat dilakukan dengan beberapa alternatif. Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi suatu pengembangan yaitu dengan cara membuat matrik SWOT ini dibuat berdasarkan faktor-faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (peluang dan ancaman).

Untuk merumuskan alternatif strategi ini yang diperlukan dalam pengembangan

usahatani bawang merah digunakan analisis matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan kombinasi antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman sehingga akan membentuk empat alternatif strategi dari kombinasi keduanya yakni strategi S-O (*Strenght Opportunities*), ST (*Strength Threats*), WO (*Weakness Opportunities*) dan WT (*Weakness Threats*) (Rangkuti, 2001). Berikut dibawah ini matriks SWOT antara lain.

Tabel 4. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah di Kebun Praktrk Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan UNIPA

IFAS (Situasi Internal) EFAS (Situasi Eksternal)	Kekuatan (Strenghts) Lokasi cukup mendukung dan strategis untuk pengembangan Usahatani Kualitas bawang merah organic baik Menggunakan pupuk organik Aksesibilitas baik Ketersediaan bahan input (lahan, Tenaga Kerja, Air)	Kelemahan (Weakness) Belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap Kurangnya kegiatan promosi
Peluang (Oppoturnities) Permintaan bawang merah organik semakin meningkat Berkembangnya pasar hortikultura konvensional Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi bawang merah organik Berkembangnya pasar modern atau online Berkembangnya sistem budidaya pertanian (bawang merah) modern	Strategi S-O Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan produksi bawang merah supaya dipasarkan di skala yang lebih luas lagi	Strategi W-O Memanfaatkan kesadaran masyarakat untuk membentuk pasar baru berbasis online dengan memiliki label, kemasan, dan pasar tetap
Ancaman (Threats) Banyak produk bawang merah yang berasal dari luar Kabupaten Sikka	Strategi S-T meningkatkan kualitas bawang merah agar lebih baik daripada bawang merah daerah lain	Strategi W-T Mengupayakan promosi dan memiliki label, kemasan, dan pasar tetap sehingga dapat meningkatkan

Stabilitas harga bawang merah Keadaan iklim dan cuaca yang tidak menentu		daya tarik konsumen pada produk bawang merah organik.
---	--	---

Sumber: Data Primer setelah di olah, 2023

Dari hasil analisis menggunakan matriks IFAS Dan EFAS maka diperoleh sebuah langkah alternative dalam meningkatkan strategi pengembangan usahatani bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan menggunakan matriks SWOT. Dengan menggunakan matriks SWOT ini dapat diketahui beberapa faktor-faktor strategi yang berupa internal dan juga eksternal, di mana internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Adapun alternatif strategi pengembangan usahatani bawang merah yaitu:

Strengths–Opportunity (S-O)

Hasil dari matriks SWOT yang didapatkan dari perumusan strategi SO yang merupakan perpaduan dari faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif yaitu :

Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan produksi bawang merah supaya dipasarkan di skala yang lebih luas lagi.

Strategi W-O

Strategi WO yang merupakan perpaduan dari faktor kelemahan dan peluang memberikan alternatif yaitu

Memanfaatkan kesadaran masyarakat untuk membentuk pasar baru berbasis online dengan memiliki label, kemasan, dan pasar tetap.

Strategi S-T

Strategi ST yang merupakan perpaduan faktor kekuatan dan ancaman memberikan alternatif strategi dengan cara mengadakan kerjasama.

Meningkatkan kualitas bawang merah agar lebih baik daripada bawang merah daerah lain

Strategi W-T

Strategi WT yang merupakan strategi pertimbangan faktor kelemahan dan ancaman dengan cara mengupayakan promosi dan memiliki label, kemasan, dan pasar tetap sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen pada produk bawang merah organik.

Setiap usahatani mempunyai tujuan untuk dapat bertahan dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau keuntungan yang diperoleh pengusaha. Tujuan ini dapat dicapai apabila dalam penjualan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan dan peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan bawang merah dapat memenuhi kebutuhan konsumen dapat ditingkatkan.

Selanjutnya, dari hasil analisis Matriks IFAS dan EFAS maka akan ditentukan sumbu (X, Y). Cara menentukan sumbu (X,Y) yaitu mencari nilai Y dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan total

faktor W. Setelah itu cari nilai X dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor O dengan total faktor T (Ahmad, 2020). Nilai total dari faktor internal pada Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere sebesar 3,50 didapat dari nilai kekuatan sebesar 3,00 dan nilai kelemahan sebesar 0,50 sedangkan untuk nilai total eksternal pada Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere sebesar 3,36 didapat dari nilai peluang sebesar 2,62 dan nilai ancaman sebesar 0,74. Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal. Tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan pada Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

- a. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor (internal kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat $X = 3,00 - 0,50 = 2,50$
- b. Sumbu vertical (Y) sebagai faktor (internal peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat $Y = 2,62 - 0,74 = 1,88$

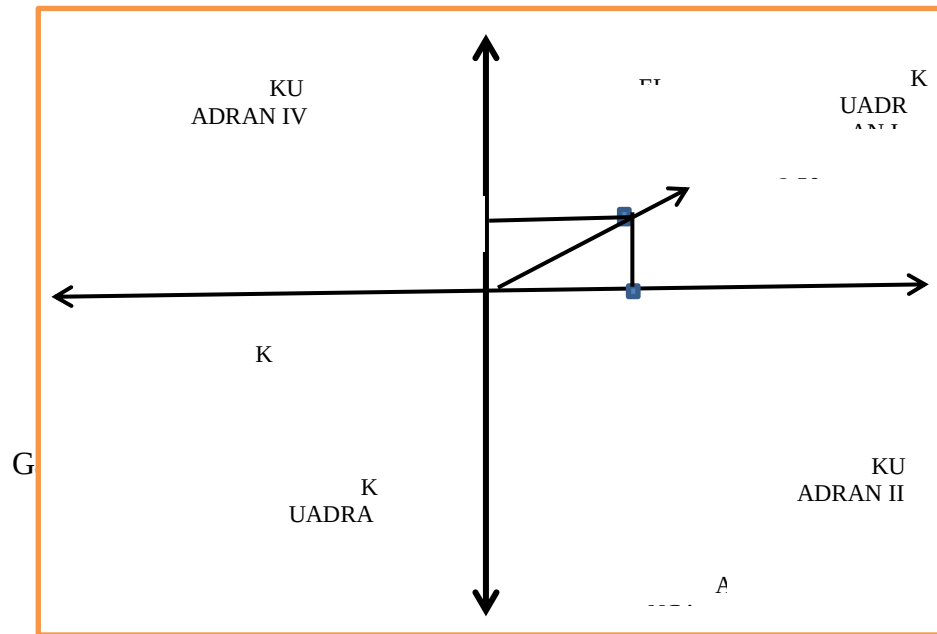
Setelah hasil dari sumbu (X,Y) maka akan dibuat kuadran untuk menentukan posisi kuadran perusahaan. Ahmad (2020) menjelaskan bahwa terdapat 4 sel kuadran SWOT yang dapat dijelaskan antara lain sebagai berikut:

1. Kuadran I (positif, positif).
Posisi ini menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi. Memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.
2. Kuadran II (Positif, Negatif).
Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena itu organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi tak-tiknya.
3. Kuadran III (Negatif, Positif).
Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah ubah strategi artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.
4. Kuadran IV (Negatif, Negatif).
Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi bertahan. Artinya, kondisi internal organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X didapat nilai dan nilai sumbu Y dengan nilai $X = 2,50$ dan $Y = 1,88$. Hasil kedua nilai tersebut sama-sama positif hal ini

menandakan posisi Kebun Praktek Teknologi Pangan, Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere berada pada posisi kuadaran I.

Diagram SWOT pada usaha Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere dapat dilihat pada gambar dibawah ini.:



Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu X dan Y. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadaran I. Kuadaran I ialah situasi yang menguntungkan di mana usaha Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan Strategi Progressive yaitu strategi SO atau *Strenght Opportunities* untuk mengembangkan usaha tersebut dan didukung oleh strategi pertumbuhan progresif atau *Growth Oriented Strategy*.

Strategi Progressive dalam analisis SWOT merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi progresif dapat dijalankan dengan beberapa cara antara lain, Meningkatkan keterampilan dalam bidang usahatani, maka produksi bawang merah akan menigkat. Produksi akan terus berjalan karena pasar yang luas mendukung pemasaran bawang merah serta permintaan yang cukup tinggi dari konsumen. Menambah faktor produksi serta memperluas jaringan pemasaran bawang merah, memperluas jaringan distribusi dan pemasaran bawang merah akan semakin meningkatkan keuntungan.

Strategi Progressive dalam analisis SWOT merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi progresif dapat dijalankan dengan beberapa cara antara lain, Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan produksi bawang merah supaya dipasarkan di skala yang lebih luas lagi, Memberdayakan pelaku usaha/petani dalam upaya mengembangkan sistem budidaya modern, Memanfaatkan pasar- pasar modern dengan baiknya kualitas

produk bawang merah yang dimiliki, Dengan kualitas bawang merah yang baik, memanfaatkan peningkatan permintaan konsumen untuk meningkatkan produksi bawang merah.

KESIMPULAN

1. Faktor-faktor yang teridentifikasi dalam strategi pengembangan usahatani bawang merah yakni faktor internal dan eksternal. Melalui hasil analisis dan identifikasi faktor internal, terdapat kekuatan kelemahan, kekuatan utama dalam pengembangan usahatani bawang merah adalah lokasi yang cukup mendukung dan strategis untuk pengembangan usahatani, kemudian kekuatan lainnya yakni pelaku bisnis memiliki kualitas bawang merah yang baik. Sedangkan pada kelemahan, kelemahan utama dalam pengembangan usahatani bawang merah adalah kurangnya promosi dan belum memiliki label, kemasan dan pasar tetap. Pada faktor eksternal ditemukan beberapa indikator yang menjadi peluang dan ancaman. Peluang utama dalam pengembangan usahatani bawang merah adalah kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi bawang merah organik serta berkembangnya pasar Hortikultura Konvensional. Sedangkan pada ancaman, yang menjadi ancaman utama pengembangan usahatani bawang merah yaitu Banyak produk bawang merah yang berasal dari luar Kabupaten Sikka, Stabilitas harga bawang merah (fluktuatif), Keadaan iklim dan cuaca yang tidak menentu.
2. Dapat dirumuskan dalam strategi pengembangan usahatani bawang merah berada di kuadran 1 progressive yaitu, Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan produksi bawang merah untuk dipasarkan di skala yang lebih luas lagi, Memanfaatkan kesadaran masyarakat untuk membentuk pasar baru berbasis online, Memanfaatkan ketersediaan input dalam upaya inovasi baru dalam produk bawang merah, Mempersingkat jalur distribusi pemasaran, dalam hal ini melakukan penjualan langsung terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rieneka Cipta.
- Arikunto, 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta : Bina Aksara.
- Arikunto. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Basrawati, 2009. *Budidaya Bawang Merah dan penanganan Permasalahan*" BPTP Jawa Timur. Unduh tanggal 9 Mei 2015
- Pearce dan Robinson, "*Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*". Edisi pertama, diterjemahkan oleh Ir. Agus Maulana MSM., Jakarta: Binarupa Aksara, 1997
- Rangkuti, (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Riskiono, S. D., *Sistem Informasi Manajemen Dana Donatur Berbasis Web pada Panti Asuhan Yatim madani*
- Songi, R. I., Baruwadi, M., & Rauf, A. (2018). Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah Di Kecamatan Paguyaman Kabupaten Bualemo. *Agrinesia*,3, 31-38.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta