

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI TERUNG (*Solanum Melongena L.*) DI DESA  
PUKDALE KECAMATAN KUPANG TIMUR KABUPATEN KUPANG  
(Development Strategy of Eggplant (*Solanum Melongne L.*) Farming at Desa Pukdale, Kecamatan  
Kupang Timur, Kabupaten Kupang)**

**Styven Vito Rafael, Paulus Un, Kudji Herwila**

Program Studi Agribisni, Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana

Penulis Korespondensi : [styvenrafael105@gmail.com](mailto:styvenrafael105@gmail.com)

Diterima : 26 April 2021

Disetujui : 3 Mei 2021

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana faktor internal usahatani terung (*Solanum melongena L.*), untuk mengetahui bagaimana faktor eksternal usahatani terung (*Solanum melongena L.*) dan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usatani terung di Desa Pukdale Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang. Lokasi penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan desa Pukdale merupakan salah satu tempat usahatani terung (*Solanum melongena L.*). Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan kuesioner langsung dengan responden. Dalam penelitian ini banyaknya sampel yang diambil 32 orang. Dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT yang terdiri dari Faktor Internal dan Eksternal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Faktor strategis internal kekuatan adalah sebesar 1,991 dan kelemahan yaitu memiliki nilai skor 0,766 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap usahatani terung. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal peluang sebesar 1,734 dan ancaman memiliki skor 0,831 yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan pengaruh ancaman terhadap usahatani terung (2) Pada Matriks Posisi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usahatani terung ini kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan adalah Agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan.

*Kata Kunci : SWOT, Usahatani Terung*

**ABSTRACT**

This research was conducted with the aim of knowing how the internal factors of eggplant farming (*Solanum melongena L.*), to find out how the external factors of eggplant farming (*Solanum melongena L.*) and to find out how the strategy of developing eggplant farming in Pukdale Village, East Kupang District, Kupang Regency. The location of this research was carried out with the consideration that Pukdale village is one of the eggplant (*Solanum melongena L.*) farms. Primary data obtained by means of interviews and direct questionnaires with respondents. In this study, the number of samples taken was 32 people. In this study using a SWOT analysis consisting of internal and external factors.

The results showed that: (1) the internal strategic factor of strength is 1.991 and weakness is a score of 0.766, which means that the influence of strength is greater than the effect of weakness on eggplant farming. While the difference between the external strategic factors of opportunity is 1.734 and the threat has a score of 0.831, which means that the effect of opportunities is greater than the effect of threats on eggplant farming (2) The Position Matrix is in quadrant I, which indicates that this eggplant farming is strong and has a chance. The strategy given is Aggressive, where there is power to be used to seize profitable opportunities.

Keywords: SWOT, Eggplant Faming

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang dengan beberapa sektor penyangga perekonomian. Dimana sektor-sektor penyangga tersebut sektor pertanian yang menjadi salah satu sektor yang diunggulkan dalam upaya stabilitas ekonomi dalam negeri. Berdasarkan data Badan pusat statistik (2016), sebanyak 37,77 juta masyarakat Indonesia bekerja di bidang pertanian. Dengan demikian, pertanian memberikan sumbangan besar bagi negara dari ekspor, penyedia lapangan kerja dan sumber pendapatan masyarakat serta berperan sebagai penyedia bahan baku bagi sektor industri.

Salah satu kecamatan yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan produksi terung di Nusa Tenggara Timur adalah Kecamatan Kupang Timur dengan jumlah produksi 155 (Kw). Menurut statistik daerah kecamatan Kupang Timur (2019) sebagian besar penduduknya bermata pencahariannya sebagai petani dan yang sisanya bermata pencahariannya sebagai buruh, TNI, POLRI, PNS, Wiraswasta, dan lain-lain. Produksi hasil pertanian di kecamatan Kupang Timur khususnya di subsektor tanaman hortikultura juga sangat besar jika dibandingkan dengan kecamatan yang lainnya di kabupaten Kupang.

Salah satu desa yang berkontribusi terhadap produksi tanaman terung di Kecamatan Kupang Timur adalah desa Pukdale. Hal ini tidak mengherankan karena mayoritas penduduk desa Pukdale berprofesi sebagai petani yakni berjumlah 906 petani. Dan sisanya bekerja sebagai PNS, TNI, POLRI, Wiraswasta dan lain-lain (Menurut BPS.Kabupaten Kupang Dalam Angka 2018). Masyarakat desa Pukdale biasanya menanam tanaman hortikultura seperti terung. Hasil dari produksi pertanian ini biasanya mereka menjual untuk kebutuhan ekonomi dan yang sisanya mereka menjadikan sebagai bahan pangan untuk mereka konsumsi setiap hari.

Usahatani di pedesaan masih menyisakan permasalahan yang besar yaitu harga sarana produksi pertanian yang semakin meningkat, sementara harga produk pertanian yang sangat fluktuatif. Pembangunan pertanian memengaruhi

peran strategis dalam perekonomian nasional. Pengembangan untuk usahatani tanaman terung masih mengalami kendala : harga sarana produksi yang masih tinggi, infrastruktur jalan dan fasilitas lainnya masih terbatas (Taufik, 2012), di usahatani juga mengalami kendala yang dihadapi oleh petani adalah kuantitas dan kualitas sarana produksi dan hasil pertanian (Kasimin, 2013; Septana et al, 2006), masalah kekeringan dan lemahnya kelembagaan dan organisasi petani (Zakaria, 2008).

Berdasarkan kendala tersebut, maka harus dilakukan penelitian di desa Pukdale agar dapat memberikan atau menawarkan solusi untuk pengembangan terhadap petani yaitu ketersediaan sarana pertanian, diversifikasi, dan pengaturan pola tanam agar sesuai dengan permintaan pasar (Taufik, 2012), dan faktor internal dan eksternal apa yang berpengaruh terhadap hasil pertanian.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Pukdale Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang, selama bulan April 2020. Lokasi ini dipilih atas dasar pertimbangan bahwa di Desa tersebut merupakan salah satu penghasil terung terbanyak di Kecamatan Kupang Timur.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian (petani responden) dengan melakukan wawancara langsung berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui instansi atau kantor dan lembaga yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti Pemerintah Desa, Internet, dan Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu, Jurnal, Skripsi Dan Tesis.

### Teknik Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik

yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus Isaac dan Michael.

Rumus Isaac dan Michael

$$s = \frac{\lambda^2 N.P.Q}{d^2(N-1) + \lambda^2.P.Q}$$

Keterangan :  $\lambda^2 = 1$ , taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

$$P = Q = 0,5$$

$$d = 0,05$$

$$s = \text{Jumlah Sampel}$$

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 32 petani, dilihat dari tabel penentuan sampel Isaac dan Michael dimana populasinya adalah 35 dengan taraf kesalahan 5%.

### Variabel Penelitian

#### 1. Faktor Internal Dan Eksternal

Faktor internal yang mendukung usahatani untuk kekuatan terdiri dari variable kekuatan dan kelemahan. Sedangkan faktor eksternal untuk peluang dan ancaman.

#### 2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), dan meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threat*).

### Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisis Faktor Internal

Langkah dalam melaksanakan analisis manajemen strategis internal adalah Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*). Alat perumusan strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serata mengevaluasi hubungan di antara area tersebut. Penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan Matriks IFE, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar-benar tanpa celah. Pemahaman yang menyeluruh mengenai faktor-faktor yang cukup di dalamnya

lebih penting dari pada angka-angka yang ada. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

- Buat daftar faktor-faktor internal utama 5-10 faktor internal, termasuk kekuatan maupun kelemahan organisasi. Daftar terlebih dahulu kekuatannya, kemudian kelemahannya.
- Berilah pada setiap faktor bobot tersebut yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting) sampai 1,0 (semua penting). Faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat=2), kuat (peringkat=3), atau sangat kuat (peringkat=4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2.
- Kalikan setiap bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variable.
- Jumlahkan skor bobot masing-masing variable untuk memperoleh skor bobot total organisasi. Skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5, skor bobot total dibawah 2,5 mengindikasikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

**Tabel 1 Matriks IFE**

| Faktor-faktor Internal Utama | Bobot | Peringkat | Skor Bobot |
|------------------------------|-------|-----------|------------|
| <b>Kekuatan</b>              |       |           |            |
| 1.Xx                         | Xx    | xx        | xx         |
| 2.Xx                         | xx    | xx        | xx         |
| <b>Kelemahan</b>             |       |           |            |
| 1.Xx                         | xx    | xx        | xx         |
| 2.Xx                         | xx    | xx        | xx         |
| <b>Total</b>                 |       |           |            |

Sumber: David, 2011:231

## 2. Analisis Faktor Eksternal

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan kompetitif. Matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

- Buat daftar Faktor-faktor eksternal utama 5-10 faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang mempengaruhi produksi kemukus. Daftar terlebih dahulu peluangnya, kemudian ancamannya.
- Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Peluang sering kali mendapat bobot yang lebih tinggi dari pada ancaman, tetapi ancaman biasa diberi bobot tinggi terutama jika mereka sangat parah atau mengancam. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
- Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, di mana 4 = responsnya sangat bagus, 3 = responsnya di atas rata-rata, 2 = responsnya rata-rata, dan 1 = responsnya di bawah rata-rata. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi.
- Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.

- Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variable guna menentukan skor bobot total untuk organisasi. Skor bobot total tertinggi yang mungkin di capai sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi merespons secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada. Skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul.

**Tabel 2**Matriks EFE

| Faktor-faktor Eksternal Utama | Bobot | Peringkat | Skor Bobot |
|-------------------------------|-------|-----------|------------|
| <b>Peluang</b>                |       |           |            |
| 1.Xx                          | xx    | xx        | xx         |
| 2.Xx                          | xx    | xx        | xx         |
| <b>Ancaman</b>                |       |           |            |
| 1.Xx                          | xx    | xx        | xx         |
| 2.Xx                          | xx    | xx        | xx         |
| <b>Total</b>                  |       |           |            |

Sumber: David, 2011:160.

## 3. Teknik Pembobotan

Penentuan bobot dilakukan dengan mengajukan kuesioner kepada pihak manajemen atau ahli strategi dengan menggunakan metode pairwise comparison (Kinneer, 2001 dalam suparman, 2013). Penentuan bobot setiap faktor menggunakan skala yang akan digunakan untuk pengisian kolom matriks. Skala yang digunakan sebagai berikut:

- = jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal
- = jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal
- = jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal

Bobot setiap variabel diperoleh dengan membagi jumlah setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan

rumus sebagai berikut: 
$$A_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan :

- $A_i$  = Bobot faktor ke i
- $X_i$  = Nilai faktor ke I
- $I$  = 1,2,3,...n
- $N$  = Jumlah faktor

Bobot tiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai tiap faktor terhadap nilai faktor. Bobot yang diberikan pada tiap faktor berada pada kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Faktor-faktor yang dimiliki mempunyai pengaruh besar diberikan bobot yang tinggi tanpa memperdulikan apakah faktor tersebut kelemahan ataupun kekuatan serta peluang atau ancaman. Jumlah seluruh bobot yang diberikan pada tiap faktor sama dengan 1,0.

#### 4. Pemberian Peringkat (*Rating*)

Peringkat menggambarkan seberapa besar efektif strategi dalam merespons faktor strategis yang ada. Penilaian peringkat untuk lingkungan eksternal diberikan dalam skala dengan nilai. Penilaian untuk lingkungan Internal diberikan dalam skala sebagai berikut:

- 1 = sangat lemah (kelemahan utama)
- 2 = lemah (kelemahan minor)
- 3 = kuat (kekuatan minor)
- 4 = sangat kuat (kekuatan utama)
- 5

#### 5. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satu pun paduan yang paling benar. Terdapat delapan langkah dalam membentuk sebuah Matriks SWOT yaitu sebagai berikut:

- a. Buat daftar peluang-peluang eksternal utama perusahaan.
- b. Buat daftar ancaman-ancaman utama eksternal perusahaan
- c. Buat kekuatan-kekuatan internal utama perusahaan.
- d. Buat kelemahan-kelemahan internal utama perusahaan.
- e. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi SO.
- f. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WO.
- g. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi ST.
- h. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi WT.

Tabel 3 Martik SWOT

| INTERNAL<br>EKSTERNAL      | Kekuatan<br>(Strengths)  | Kelemahan<br>(Weaknesses)   |
|----------------------------|--|---|
| Peluang<br>(Opportunities) | Strategi SO<br>Ciptakanstrategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | StrategiWO<br>Ciptakanstrategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| Ancaman<br>(Threasts)      | Strategi ST<br>Ciptakanstrategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman    | Strategi WT<br>Ciptakanstrategi yang meminimalkan kelemahandan menghindari ancaman    |

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum

.Desa Pukdale merupakan 1 dari 13 wilayah desa dan kelurahan yang berada di Kecamatan Kupang Timur. Desa Pukdale merupakan desa pemekaran dari Kelurahan Babau yang mulai dimekarkan sejak tahun 1978 menjadi desa definitif. Luas wilayah desa mencapai 1.000 ha. Jarak dari Kota kecamatan 2 km. Jarak dari Kota kabupaten 24 km.

**Keadaan Penduduk**

Jumlah penduduk di Desa Pukdale berjumlah 2.344 jiwa yang terdiri dari laki-laki 1.221 jiwa, dan perempuan 1.123 jiwa yang tercakup dalam 517 kepala keluarga (kk). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Table 4. Distribusi Penduduk Desa Pukdale Menurut Golongan Umur dan Jenis Kelamin Pada Tahun 2020.**

| No            | Kelas/golongan umur (Tahun) | Jumlah jiwa per jenis kelamin (Jiwa) |             | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|---------------|-----------------------------|--------------------------------------|-------------|---------------|----------------|
|               |                             | Laki-laki                            | Perempuan   |               |                |
| 1             | 0-5                         | 112                                  | 95          | 207           | 8,83           |
| 2             | 6-13                        | 172                                  | 130         | 302           | 12,88          |
| 3             | 14-16                       | 84                                   | 55          | 139           | 5,93           |
| 4             | 17-60                       | 637                                  | 640         | 1277          | 54,47          |
| 5             | > 60                        | 216                                  | 203         | 419           | 17,89          |
| <b>Jumlah</b> |                             | <b>1221</b>                          | <b>1123</b> | <b>2344</b>   | <b>100</b>     |

Sumber: Data Profil Desa Pukdale 2020

**Mata Pencaharian**

**Tabel 5. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian Tahun 2020**

| No            | Mata pencaharian | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|----------------|
| 1             | Petani           | 906            | 48,7           |
| 2             | PNS              | 48             | 2,6            |
| 3             | Peternak         | 906            | 48,7           |
| <b>Jumlah</b> |                  | <b>1.860</b>   | <b>100</b>     |

Sumber: Profil Desa Pukdale 2020

**Keadaan Pendidikan**

**Tabel 6. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2020**

| Tingkatan Pendidikan                           | Laki-laki (Orang) | Perempuan (Orang) | Jumlah      | Persentase (%) |
|--|-------------------|-------------------|-------------|----------------|
| 1. Usia 3 - 6 tahun yang belum masuk TK        | 10                | 30                | 40          | 1,6            |
| 2. Usia 3 - 6 tahun yang sedang TK/play group  | 30                | 30                | 60          | 2,4            |
| 3. Usia 7 - 18 tahun yang tidak pernah sekolah |                   |                   | 0           | 0              |
| 4. Usia 7 - 18 tahun yang sedang sekolah       | 615               | 519               | 1134        | 47,11          |
| 5. Usia 18 - 56 tahun tidak pernah sekolah     |                   |                   | 0           | 0              |
| 6. Usia 18 - 56 tahun tidak tamat SD           | 36                | 20                | 56          | 2,3            |
| 7. Usia 18 - 56 tahun tidak tamat SLTP         | 40                | 20                | 60          | 2,49           |
| 8. Usia 18 - 56 tahun tidak tamat SLTA         | 50                | 20                | 70          | 2,9            |
| 1. Tamat SD/ sederajat                         | 70                | 50                | 120         | 4              |
| 2. Tamat SMP/ sederajat                        | 125               | 120               | 245         | 10,1           |
| 3. Tamat SMA/ sederajat                        | 250               | 245               | 495         | 20,4           |
| 4. Tamat D-1/ sederajat                        | 3                 | 4                 | 7           | 0,2            |
| 5. Tamat D-2/ sederajat                        |                   |                   | 0           | 0              |
| 6. Tamat D-3/ sederajat                        |                   |                   | 0           | 0              |
| 7. Tamat S-1/ sederajat                        | 55                | 60                | 115         | 6,4            |
| 8. Tamat S-2/ sederajat                        | 4                 | 1                 | 5           | 0,1            |
| 9. Tamat S-3/ sederajat                        |                   |                   | 0           | 0              |
| 10. Tamat SLB A                                |                   |                   | 0           | 0              |
| 11. Tamat SLB B                                |                   |                   | 0           | 0              |
| 12. Tamat SLB C                                |                   |                   | 0           | 0              |
| <b>Jumlah</b>                                  | <b>1.288</b>      | <b>1.119</b>      | <b>2407</b> | <b>100</b>     |



| Tingkatan Pendidikan | Laki-laki<br>(Orang) | Perempuan<br>(Orang) | Jumlah | Persentase |
|----------------------|----------------------|----------------------|--------|------------|
| Jumlah Total         | 2.407                |                      |        | 100        |

Sumber: Profil Desa Pukdale 2020

### Karakteristik Responden

#### Umur Responden

**Tabel 7. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur Di Desa Pukdale**

| No    | Kelompok umur (Tahun) | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|-----------------------|----------------|----------------|
| 1     | 26-35                 | 3              | 9,4            |
| 2     | 36-45                 | 4              | 12,5           |
| 3     | 46-55                 | 20             | 62,5           |
| 4     | >55                   | 5              | 15,6           |
| Total |                       | 32             | 100,00         |

Sumber : Data Primer Diolah Agustus 2020

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani responden tergolong menjelang usia tidak produktif.

#### Tingkat Pendidikan

**Tabel 8. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Formal Di Desa Pukdale**

| No    | Tingkat Pendidikan Formal | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|---------------------------|----------------|----------------|
| 1     | SD                        | 19             | 59,4           |
| 2     | SMP                       | 1              | 3,1            |
| 3     | SMA                       | 11             | 34,4           |
| 5     | S1                        | 1              | 3,1            |
| Total |                           | 32             | 100,00         |

Sumber : Data Primer diolah Agustus 2020

Data diatas menunjukan bahwa tingkat pendidikan petani responden di Desa Pukdale masih terbilang rendah. Tingkat pendidikan mempengaruhi wawasan, pengetahuan serta cara berfikir dan bertindak dalam mengelola usahatani.

### Status Kepemilikan Lahan

**Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan Di Desa Pukdale**

| No    | Status Kepemilikan Lahan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|--------------------------|----------------|----------------|
| 1     | Milik Sendiri            | 16             | 50             |
| 2     | Lahan Sewa               | 16             | 50             |
| Total |                          | 32             | 100            |

Sumber : Data Primer diolah Agustus 2020

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa petani responden memiliki lahan milik sendiri sebesar 16 (50%) orang, dan milik sewa sebesar 16 (50%). Hal ini berarti bahwa petani responden di Desa Pukdale melakukan usahatani sebagian dilahan milik sendiri dan sebagiannya lagi menyewa lahan milik orang.

### Luas Lahan

**Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Luas Lahan**

| No    | Luas Lahan (Are) | Jumlah (Orang) | Presentasi (%) |
|-------|------------------|----------------|----------------|
| 1     | 15-25            | 10             | 31,2           |
| 2     | 26-37            | 11             | 34,4           |
| 3     | 38-49            | 7              | 21,9           |
| 4     | >50              | 4              | 12,5           |
| Total |                  | 32             | 100,00         |

Sumber : Data Primer diolah Agustus 2020

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa luas lahan yang dimiliki petani responden berkisar dari 15-25 Are sebanyak 10 (31,2%) responden, yang memiliki luas lahan 26-37 Are sebanyak 11 (34,4%) responden, yang memiliki lahan 38-49 Are sebanyak 7 (21,9%) responden, yang memiliki luas lahan >50 Are sebanyak 4 (12,5%) responden. Rata-rata petani responden memiliki luas lahan kurang dari 50 are.

## Pengalaman Berusahatani

**Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani Di Desa Pukdale**

| No    | Pengalaman Berusahatani (Tahun) | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|-------|---------------------------------|----------------|----------------|
| 1     | 06-09                           | 5              | 15,6           |
| 2     | 10-15                           | 5              | 15,6           |
| 3     | 16-20                           | 4              | 12,5           |
| 4     | >21                             | 18             | 56,3           |
| Total |                                 | 32             | 100            |

Sumber : Data diolah Agustus 2020

Hal ini menunjukkan bahwa petani responden di Desa Pukdale sudah lama dalam berusahatani, dengan lamanya berusahatani 6 sampai > 20 tahun. Dengan demikian menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang baik dalam mengelola usahatani terung.

## Strategi Pengembangan

Strategi ialah perencanaan, arah dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengkaitkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan. Strategi dirancang untuk mengetahui apakah tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Berdasarkan hasil wawancara dan pengolahan data yang diperoleh dari usahatani di daerah penelitian, dapat dilihat faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi sebagai berikut :

### Faktor-Faktor Internal

1. Kekuatan ( Strength ) :
  - a. Kemampuan teknis budidaya terung
  - b. Lokasi mudah di jangkau
  - c. Kualitas tanaman terung
  - d. Ketersediaan bahan input
  - e. Pendapatan bersih yang diperoleh
2. Kelemahan ( Weakness ) :
  - a. Teknologi masih sederhana
  - b. Penetrasi pasar yang lemah
  - c. Kemampuan menjual hasil usahatani masih rendah

- d. Kemampuan pasca panen dan branding masih rendah
- e. Kurangnya peran lembaga tani

### Faktor-faktor Eksternal

1. Peluang ( Opportunity ) :
  - a. Peluang pangsa pasar sangat luas
  - b. Kesadaran akan gaya hidup sehat membuat petani beralih ke budidaya organik
  - c. Perhatian dari pemerintah melalui pemetaan organik
  - d. Kondisi lingkungan
  - e. Mitra yang memberikan pengawasan mutu
2. Ancaman ( Treats ) :
  - a. Cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun
  - b. Serangan hama dan penyakit pada tanaman terung
  - c. Fluktuasi harga bahan input
  - d. Program pemerintah seperti Go Organik Belum terealisasi
  - e. Hambatan ke pasar modern sangat tinggi

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada usahatani di daerah penelitian, tahap selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Strategi Eksternal (EFAS). Dari berbagai faktor faktor internal dan eksternal Strategi Pengembangan Usahatani Tanaman Terung (*Solanum melongena L.*) maka dapat dilakukan penentuan kuadran SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.11 dan Tabel 4.12 sebagai berikut.

**Tabel 12. Matriks Faktor Internal Strategi Pengembangan Usahatani Terung Di Desa Pukdale**

| No | Kekuatan                         | Jumlah | Bobot | Rati ng | Bobot x Rating |
|----|----------------------------------|--------|-------|---------|----------------|
| 1  | Kemampuan teknis budidaya terung | 96     | 0,116 | 3,000   | 0,347          |
| 2  | Lokasi mudah di jangkau          | 97     | 0,117 | 3,031   | 0,354          |
| 3  | Kualitas tanaman terung          | 95     | 0,114 | 2,969   | 0,340          |



| No               | Kekuatan  | Jumlah     | Bobot        | Rati ng       | Bobot x Rating |
|------------------|---|------------|--------------|---------------|----------------|
| 4                | Ketersediaan bahan input                        | 98         | 0,118        | 3,063         | 0,362          |
| 5                | Pendapatan bersih yang diperoleh                | 125        | 0,151        | 3,906         | 0,588          |
|                  | <b>Sub Total</b>                                | <b>511</b> | <b>0,616</b> | <b>15,969</b> | <b>1,9919</b>  |
| <b>Kelemahan</b> |   |            |              |               |                |
| 1                | Teknologi masih sederhana                       | 64         | 0,077        | 2,000         | 0,154          |
| 2                | Penetrasi pasar yang lemah                      | 65         | 0,078        | 2,031         | 0,159          |
| 3                | Kemampuan menjual hasil usahatani masih rendah  | 64         | 0,077        | 2,000         | 0,154          |
| 4                | Kemampuan pasca panen dan branding masih rendah | 62         | 0,075        | 1,938         | 0,145          |
| 5                | Kurangnya peran lembaga tani                    | 64         | 0,077        | 2,000         | 0,154          |
|                  | <b>Sub Total</b>                                | <b>319</b> | <b>0,384</b> | <b>9,969</b>  | <b>0,766</b>   |
|                  |   |            |              | <b>25,93</b>  | <b>2,757</b>   |
|                  | <b>TOTAL</b>                                    |            | <b>1,000</b> | <b>8</b>      |                |

Sumber : diolah dari data primer, agustus 2020

Faktor kekuatan utama pengembangan tanaman terung yaitu pendapatan bersih yang diperoleh petani, ini di tunjukan dengan bobot sebesar 0,151, alasannya Karena pendapatan yang didapat oleh petani dalam usahatani terung sangat berpengaruh dalam kehidupan petani hari lepas hari, sesuai dengan penjelesan para petani. Faktor kekuatan kedua yaitu ketersediaan bahan input di tunjukan dengan bobot 0.118, karena bahan input yang didapat petani berupah bahan yang bersubsidi seperti pupuk dan obat-obatannya juga mudah diperoleh. Faktor kekuatan ketiga yaitu lokasi kebun yang mudah dijangkau dengan bobot 0,117, yang di maksud dengan lokasi yang mudah dijangkau ini berarti lokasi kebunnya sangat strategis dimana para petani dengan mudah dapat mengangkut hasil produksi ke pasar bahkan dapat melakukan penjualan langsung di tempat. Faktor keempat, dan kelima

yaitu kemampuan teknis budidaya yang masih sederhana, dan kualitas tanaman terung ini ditunjukan dengan bobot 0,116, 0,114. Faktor keempat dan kelima ini sangat berhungan erat karena kemampuan teknis budidaya berpengaruh terhadap kualitas tanaman, sehingga bisa bersaing dipasaran.

Faktor kelemahan utama yaitu penetrasi pasar yang masih lemah dengan bobot yang paling tinggi yaitu 0,078, kemudian diikuti dengan faktor kelemahan yaitu teknologi masih sederhana, kemampuan menjual hasil usahatani dan kurangnya peran lembaga tani dengan bobot yang sama yaitu 0,077. kemudian faktor kelemahan yang terakhir yaitu kemampuan pasca panen dan branding yang masih rendah di lihat dari bobotnya yaitu sebesar 0,075. Semua faktor kelemahan ini terjadi karena kurang peran lembaga tani dalam membantu petani agar kemampuan dan SDMnya makin baik sehingga kelemahan ini bisa diatasi dan para petani dapat melakukan inovasi.

**Tabel 13 Matriks Faktor Eksternal pada Strategi Pengembangan Usahatani Tanaman Terung Di Desa Pukdale**

| No             | Peluang  | Jumlah     | Bobot        | Rati ng       | Bobot x Rating |
|----------------|--|------------|--------------|---------------|----------------|
| 1              | Peluang pangsa pasar sangat luas   | 99         | 0,118        | 3,094         | 0,365          |
| 2              | Kesadaran akan gaya hidup sehat membuat petani beralih ke budidaya organik | 101        | 0,121        | 3,156         | 0,380          |
| 3              | Perhatian dari pemerintah melalui pemetaan organik                         | 96         | 0,115        | 3,000         | 0,344          |
| 4              | Kondisi lingkungan   | 120        | 0,143        | 3,750         | 0,537          |
| 5              | Mitra yang memberikan pengawasan mutu                                      | 90         | 0,107        | 1,000         | 0,107          |
|                | <b>Sub Total</b>   | <b>506</b> | <b>0,604</b> | <b>14,000</b> | <b>1,7340</b>  |
| <b>Ancaman</b> |  |            |              |               |                |
|                | Cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun                      | 63         | 0,075        | 1,969         | 0,148          |
| 1              |  | 63         |              |               |                |
| 2              | Serangan hama  | 63         | 0,075        | 1,969         | 0,148          |

| No               | Peluang                                | Jumlah       | Bobot        | Rating        | Bobot x Rating |
|------------------|--|--------------|--------------|---------------|----------------|
|                  | dan penyakit pada tanaman terung       |              |              |               |                |
| 3                | Fluktuasi harga bahan input            | 80           | 0,95         | 2,500         | 0,239          |
|                  | Program pemerintah seperti Go Organik  |              | 0,076        | 2,000         | 0,153          |
| 4                | Belum terealisasi                      | 64           |              |               |                |
|                  | Hambatan ke pasar modern sangat tinggi |              | 0,074        | 1,938         | 0,143          |
| 5                |  | 62           |              |               |                |
| <b>Sub Total</b> |  | <b>332</b>   | <b>0,396</b> | <b>10,375</b> | <b>0,831</b>   |
| <b>TOTAL</b>     |  | <b>1,000</b> | <b>5</b>     | <b>24,375</b> | <b>2,565</b>   |

Sumber : diolah dari data primer, agustus 2020

Dilihat dari tabel 4.9 dapat di jelaskan bahwa faktor peluang pada pangsa pasar yang sangat luas dengan bobot 0,118. Hal ini semakin membuat petani lebih semangat dalam membudidayakan tanaman terung, sehingga meningkatnya minat petani untuk mengusahatani terung. Faktor peluang kedua kesadaran akan gaya hidup sehat membuat petani beralih ke organik dengan bobot 0,121, Peluang ke tiga adanya perhatian pemerintah melalui pemetaan organik dengan bobot 0,115, faktor peluang ke-2 dan ke-3 sangat baik sehingga membuat petani mulai membudidayakan terung secara organik dengan mengikuti peluang pasar yang ada karena banyak konsumen yang sudah beralih ke hidup yang sehat sehingga tanaman organik banyak yang diminati. peluang ke empat kondisi lingkungan dan peluang ke lima mitra yang memberikan pengawasan mutu dengan bobot 0,143 dan 0,107, hal ini sangat mendukung peluang yang ada. Karena dengan kondisi yang baik maka akan ada mitra yang ingin bekerja sama dengan para petani.

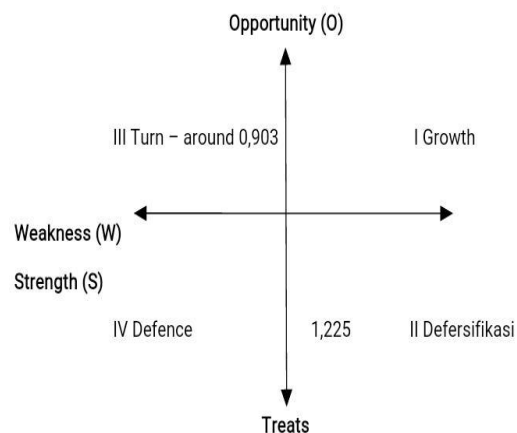
Faktor ancaman yang pertama yaitu cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun dengan bobot 0,075. Faktor ancaman yang ke dua serangan hama dan penyakit pada tanaman terung dengan bobot 0,075. Faktor ancaman yang ketiga fluktuasi harga bahan input dengan bobot 0,095, petani sering merasa rugi dengan terjadinya fluktuasi. Faktor ancaman ke empat program pemerintah seperti Go Organik yang belum terealisasi dengan bobot 0,076,

sangat berpengaruh karena masyarakat sudah memahami gaya hidup sehat yang membuat mereka beralih ke organik dan hal ini belum bisa terealisasi. Faktor ancaman ke lima hambatan ke pasar modern sangat tinggi hal ini menjadi ancaman terbesar dengan bobot 0,074.

Dari hasil analisis dari Tabel 12 Matriks Faktor Internal mempunyai total dengan skor 2,757 dan pada Tabel 4.9 Matrik faktor eksternal mempunyai total nilai skor 2,565. Selanjutnya nilai total skor dari masing – masing faktor dapat dirinci sebagai berikut :

Kekuatan – Kelemahan =  $1,991 - 0,766 = 1,225$   
Peluang - Ancaman =  $1,734 - 0,831 = 0,903$

Maka diketahui nilai dari kekuatan diatas nilai kelemahan selisih 1,225. Dan nilai peluang diatas nilai ancaman selisih 0,903. Dari identifikasi faktor – faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram Analisis SWOT, dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal

Dari gambar diagram di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Usahatani Terung telah berada dijalur yang tepat dan menguntungkan. Dengan terus melakukan strategi pengembangan yang agresif (Growth) yang dapat meningkatkan usahatani ini. Pada Gambar 1. diatas bahwa Usahatani Terung ini berada pada Kuadran I (Growth) dimana :

1. Kuadran I (positif, positif)

Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam

kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

2. Kuadran II (positif, negatif)

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk/pasar).

3. Kuadran III (negatif, positif)

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal petani sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik.

4. Kuadran VI (negatif, negatif)

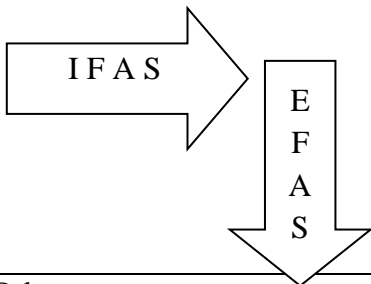
Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan

internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

**Formulasi Strategi Pengembangan Usahatani Tanaman Terung**

Berdasarkan dari hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman maka dapat disusun matriks SWOT . Formulasi matriks SWOT akan memberikan berbagai alternatif strategi diantaranya strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T. Dalam merumuskan matriks SWOT yang dilakukan untuk Usahatani Tanaman Terung juga harus dapat merumuskan strategi yang dapat diterapkan kedalam Usahatani. Strategi pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan strategi pengembangan bagi Usahatani Tanaman Terung dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

**Tabel 14. Analisis SWOT untuk Usahatani Tanaman Terung**

|   | Kekuatan  | Kelemahan  |
|---|---|--|
|  | 1. Kemampuan teknis budidaya terung   | 1. Teknologi masih sederhana   |
|   | 2. Lokasi mudah di jangkau  | 2. Penetrasi pasar yang lemah  |
|   | 3. Kualitas tanaman terung  | 3. Kemampuan menjual hasil usahatani masih rendah  |
|   | 4. Ketersediaan bahan input   | 4. Kemampuan pasca panen dan branding masih rendah   |
|   | 5. Pendapatan bersih yang diperoleh   | 5. Kurangnya peran lembaga tani  |
| Peluang   | Strategi “SO”   | Strategi “WO”  |
| 1. Peluang pangsa pasar sangat luas   | 1. Meningkatkan kemampuan teknis petani agar produksi dan kualitas tanaman terung menjadi lebih baik dan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang ada.(S1,S3 + O1)   | 1. Mencari informasi tentang pangsa pasar yang luas sehingga petani terung dapat meningkatkan kemampuan dalam menjual hasil produksi atau hasil usaha tani terung agar menjadi lebih baik. (W3+O1) |
| 2. Kesadaran akan gaya hidup sehat membuat petani beralih ke budidaya organik       | 2. Memanfaatkan kondisi lingkungan yang baik dan lokasi yang mudah dijangkau sehingga petani terung bisa meningkatkan produksi tanaman terung sehingga petani bisa mendapatkan pendapatan yang lebih baik lagi.(S5,S3 + O4) | 2. Menjalinkan hubungan kerjasama dengan mitra yang mutu agar membantu perani terung untuk meningkatkan kemampuan dalam pasca panen dan membuat  |
| 3. Perhatian dari pemerintah melalui pemetaan organik                               |   |  |
| 4. Kondisi lingkungan   |   |  |
| 5. Mitra yang memberikan pengawasan mutu  |   |  |

|  | Kekuatan  | Kelemahan  |
|--|---|--|
|  | 3. Memanfaatkan lokasi lahan petani yang mudah dijangkau sehingga bisa menjalin hubungan yang baik dengan para mitra yang ada untuk meningkatkan kualitas produksi tanaman terung.(S2 + O5)               | branding agar petani dapat bersaing di pasaran.(W4+O5)   |
| Ancaman  | Strategi "ST"   | Strategi "WT"  |
| 1. Cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun   | 1. Meningkatkan kemampuan teknik budidaya terung sehingga para petani lebih memahami ketika cuaca yang tidak menentu agar hasil panen terung tidak menurun melainkan tetap stabil atau tetap baik.(S1+T1) | 1. Setiap petani melakukan diskusi baik untuk mencari informasi maupun memberikan informasi dalam penanganan perkembangan hama dan penyakit pada tanaman terung sehingga hasil produksinya lebih baik.(W1+T2)            |
| 2. Serangan hama dan penyakit pada tanaman terung          | 2. Melakukan pengendalian hama dan penyakit dengan tetap menjaga lingkungan lahan agar tetap bersih dan bebas dari gulma.(S1+T2)  | 2. Lembaga tani membuat atau melakukan penyuluhan kepada para petani, agar petani dapat membuat suatu inovasi terhadap hasil produksi contohnya membuat branding sehingga hasilnya bisa bersaing di pasar modern.(W5+T5) |
| 3. Fluktuasi harga bahan input                             | 3. Melakukan pengamatan terhadap tanaman, jika ada yang terserang penyakit segera dibuang.(S3+T2)   |  |
| 4. Program pemerintah seperti Go Organik Belum terealisasi | 4. Melakukan budidaya secara organik, agar banyak diminati pembeli dan dapat menambah pendapatan petani.(S5+T4)   |  |
| 5. Hambatan ke pasar modern sangat tinggi                  | 5. Menjaga dan meningkatkan kualitas terung agar dapat bersaing di pasar modern.(S3+T5)   |  |

Dari Tabel 14 terdapat alternative alternative strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut. Keempat strategi tersebut dibahas lebih jelas dibawah ini.

#### **Strategi S-O (Strength-Opportunities)**

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan keuntungan yang ingin

dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah:

- 1) Kemampuan teknis budidaya yang baik  
Meningkatkan kemampuan teknis petani agar produksi dan kualitas tanaman terung menjadi lebih baik dan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang ada. Teknik ini diterapkan kepada petani agar kemampuan petani dalam melakukan budidaya terung lebih baik dan dapat bersaing.
- 2) Kondisi lingkungan yang baik dan lokasi yang mudah dijangkau.  
Memanfaatkan kondisi lingkungan yang baik dan lokasi yang mudah dijangkau sehingga petani terung bisa meningkatkan produksi tanaman terung sehingga petani bisa mendapatkan pendapatan yang lebih baik lagi.
- 3) Lokasi lahan petani yang mudah dijangkau.  
Memanfaatkan lokasi lahan petani yang mudah dijangkau sehingga bisa menjalin hubungan yang baik dengan para mitra yang ada untuk meningkatkan kualitas produksi tanaman terung.

## 2. Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi W-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usahatani Tanaman Terung ini adalah :

- 1) pangsa pasar yang luas  
Mencari informasi tentang pangsa pasar yang luas sehingga petani terung dapat meningkatkan kemampuan dalam menjual hasil produksi atau hasil usaha tani terung agar menjadi lebih baik.
- 2) Mitra yang memberikan pengawasan mutu.  
Menjalinkan hubungan kerjasama dengan mitra yang mutu agar membantu petani terung untuk meningkatkan kemampuan dalam pasca panen dan membuat branding agar petani dapat bersaing di pasaran.

## 3. Strategi S-T (Strength-Threats)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan di hadapi oleh perusahaan. Strategi S-T yang dirumuskan dari

matriks SWOT untuk Usaha Pembibitan Tanaman Terung ini adalah :

- 1) Cuaca yang tidak menentu  
Meningkatkan kemampuan teknik budidaya terung sehingga para petani lebih memahami ketika cuaca yang tidak menentu agar hasil panen terung tidak menurun melainkan tetap stabil atau tetap baik.
- 2) Pengendalian hama dan penyakit  
Melakukan pengendalian hama dan penyakit dengan tetap menjaga lingkungan lahan agar tetap bersih dan bebas dari gulma. Selain itu pengendalian hama dan penyakit juga dapat membantu tanaman terung lebih sehat.
- 3) Pengamatan terhadap tanaman  
Melakukan pengamatan terhadap tanaman, jika ada yang terserang penyakit segera dibuang. Karena jika tidak maka tanaman yang terkena penyakit kemungkinan menyebar ke tanaman yang lain.
- 4) Budidaya secara organik  
Melakukan budidaya secara organik, agar hasilnya banyak diminati pembeli dan dapat menambah pendapatan petani. Budidaya secara organik ini sangat baik dan berpeluang besar, karena dengan gaya hidup sekarang maka pembeli lebih menyukai tanaman yang organik.
- 5) Kualitas tanaman terung  
Menjaga dan meningkatkan kualitas agar dapat bersaing di pasar modern. Dengan kualitas terung yang baik, maka hasil produksinya bisa bersaing di pasar modern.

## 4. Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Strategi W-T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Pembibitan Tanaman Terung ini adalah:

- 1) Melakukan diskusi untuk mencari ataupun member informasi  
Setiap petani melakukan diskusi baik untuk mencari informasi maupun memberikan informasi dalam penanganan perkembangan hama dan penyakit pada tanaman terung sehingga hasil produksinya lebih baik.
- 2) Peran lembaga tani



Lembaga tani membuat atau melakukan penyuluhan kepada para petani, agar petani dapat membuat suatu inovasi terhadap hasil produksi contohnya membuat branding sehingga hasilnya bisa bersaing di pasar modern.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, usahatani di Desa Pukdale masih sederhana dan masih menyisakan sedikit permasalahan yang mempengaruhi petani sementara harga produksi pertanian yang semakin fluktuatif, (Taufik, 2012), di usahatani juga mengalami kendala yang dihadapi oleh petani adalah kuantitas dan kualitas sarana produksi dan hasil pertanian (Kasimin, 2013; Septana et al, 2006), masalah kekeringan dan lemahnya kelembagaan dan organisasi petani (Zakaria, 2008), sehingga pemerintah berperan sangat penting dalam meningkatkan kualitas SDM petani (Raden Sonny Suroyo Junior. Hariyadi. Dan Sri Mulatsih.2017), maka harus dilakukan strategi pengembangan, sama seperti penelitian Jef Rudianto Saragih (2016) Strategi pengembangan agribisnis hortikultura yang direkomendasi mengutamakan strategi divestasi (W-O) yaitu meminimalkan kelemahan untuk meraih peluang melalui pengembangan kemitraan pemasaran, pengembangan sumber air di lahan usahatani secara berkelanjutan, peningkatan kualitas jalan akses ke desa dan pembangunan jalan usahatani secara bertahap, pengembangan kios sarana produksi pertanian di perdesaan

Analisis internal Usahatani Terung terdapat lima kekuatan yaitu kemampuan teknis budidaya terung, lokasi yang mudah dijangkau, kualitas tanaman terung, ketersediaan bahan input, pendapatan bersih yang diperoleh. Dan kelemahannya adalah masih rendah, penetrasi pasar yang lemah, kemampuan menjual hasil produksi masih rendah dan kurangnya peran lembaga tani. Berdasarkan hasil analisis eksternal usahatani terung maka diperoleh peluang untuk para petani agar dapat menambah wawasan tentang bagaimana cara budidaya terung dengan baik dan membudidaya terung secara organik agar bisa menjalin hubungan dengan mitra yang terkait dengan ini. Dengan pupuk organik juga

bisa memberikan pengaruh yang nyata terhadap peningkatan N.P.K tanah, pertumbuhan dan produksi tanaman terung (Kahar. dkk. 2016) Maka dari ini petani bisa menerobos ke pasar modern dan bisa mendapatkan branding yang baik dan di kenal parakonsumen.

Dilihat dari tabel 4.9 dapat di jelaskan bahwa faktor peluang pada pangsa pasar yang sangat luas dengan bobot 0,118. Hal ini semakin membuat petani lebih semangat dalam membudidayakan tanaman terung, sehingga meningkatnya minat petani untuk mengusahatani terung. Faktor peluang kedua kesadaran akan gaya hidup sehat membuat petani beralih ke organik dengan bobot 0,121, Peluang ke tiga adanya perhatian pemerintah melalui pemetaan organik dengan bobot 0,115, faktor peluang ke-2 dan ke-3 sangat baik sehingga membuat petani mulai membudidayakan terung secara organik dengan mengikuti peluang pasar yang ada karena banyak konsumen yang sudah beralih ke hidup yang sehat sehingga tanaman organik banyak yang diminati. peluang ke empat kondisi lingkungan dan peluang ke lima mitra yang memberikan pengawasan mutu dengan bobot 0,143 dan 0,107, hal ini sangat mendukung peluang yang ada. Karena dengan kondisi yang baik maka akan ada mitra yang ingin bekerja sama dengan para petani.

Faktor ancaman yang pertama yaitu cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun dengan bobot 0,075. Faktor ancaman yang ke dua serangan hama dan penyakit pada tanaman terung dengan bobot 0,075. Faktor ancaman yang ketiga fluktuasi harga bahan input dengan bobot 0,095, petani sering merasa rugi dengan terjadinya fluktuasi. Faktor ancaman ke empat program pemerintah seperti Go Organik yang belum terealisasi dengan bobot 0,076, sangat berpengaruh karena masyarakat sudah memahami gaya hidup sehat yang membuat mereka beralih ke organik dan hal ini belum bisa terealisasikan. Faktor ancaman ke lima hambatan ke pasar modern sangat tinggi hal ini menjadi ancaman terbesar dengan bobot 0,074.

Dari hasil analisis dari Tabel 4.8 Matriks Faktor Internal mempunyai total dengan skor 2,757 dan pada Tabel 4.9 Matrik faktor eksternal mempunyai total nilai skor 2,565. Selanjutnya



nilai total skor dari masing – masing faktor dapat dirinci sebagai berikut :

Kekuatan – Kelemahan =  $1,991 - 0,766 = 1,225$

Peluang - Ancaman =  $1,734 - 0,831 = 0,903$

Faktor strategis internal kekuatan adalah sebesar 1,991 dan kelemahan yaitu nilai skor 0,766 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan dengan pengaruh kelemahan terhadap usahatani terung yang ada di desa Pukdale. Sedangkan selisih faktor eksternal peluang dengan skor sebesar 1,734 dan ancaman memiliki skor sebesar 0,831 yang artinya pengaruh peluang lebih kecil dibandingkan pengaruh ancaman pada usahatani terung.

Perhitungan strategi matriks swot menunjukkan bahwa prioritas strategi yang harus dilakukan (Mahbubi, A., 2013). Pada matriks posisi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usahatani terung ini kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan adalah agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk mendapat peluang yang akan diraih. Hal ini berbeda dengan penelitian Jef Rudianto Saragih (2016)

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis internal Usahatani Terung terdapat lima kekuatan yaitu kemampuan teknis budidaya terung, lokasi yang mudah dijangkau, kualitas tanaman terung, ketersediaan bahan input, pendapatan bersih yang diperoleh. Dan kelemahannya adalah masih rendah, penetrasi pasar yang lemah, kemampuan menjual hasil produksi masih rendah dan kurangnya peran lembaga tani.
2. Berdasarkan hasil analisis eksternal usahatani terung maka diperoleh peluang untuk para petani agar dapat menambah wawasan tentang bagaimana cara budidaya terung dengan baik dan membudidayakan terung secara organik agar bisa menjalin hubungan dengan mitra yang terkait dengan ini. Maka dari ini petani bisa menerobos kepasar

modern dan bisa mendapatkan branding yang baik dan di kenal para konsumen.

3. Faktor strategis internal kekuatan adalah sebesar 1,991 dan kelemahan yaitu nilai skor 0,766 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan dengan pengaruh kelemahan terhadap usahatani terung yang ada di desa Pukdale. Sedangkan selisih faktor eksternal peluang dengan skor sebesar 1,734 dan ancaman memiliki skor sebesar 0,831 yang artinya pengaruh peluang lebih kecil dibandingkan pengaruh ancaman pada usahatani terung.
4. Pada matriks posisi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usahatani terung ini kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan adalah agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk mendapat peluang yang akan diraih.

### 5.1 Saran

1. Kepada petani usahatani terung di desa Pukdale agar membudidayakan tanaman terung dengan mutu yang berkualitas dan secara organik, maka dengan begini kesehatan konsumen juga terjaga dan kualitas terung terjamin.
2. Kepada pemerintah agar memberikan bantuan kepada petani dalam usahatani terung baik dalam bentuk modal maupun peralatan agar dapat meringankan petani juga dalam mengembangkan usahatani terung. Serta memberikan pelatihan atau penyuluhan kepada petani usahatani terung setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Trihardianti. 2019. Strategi Pengembangan Usaha Pembibitan Tanaman Terung (*Solanum Melongena* L.) studi kasus : Desa Suka Mulia, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat. (skripsi).
- Badan Pusat Statistik Indonesia 2016. *Statistik Indonesia 2016*.

- BPS. 2018. *Nusa Tenggara Timur Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kupang.
- BPS. 2018. *Kabupaten Kupang Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kupang.
- Hayani, S., 2015. Laporan Tugas Akhir Tanaman Terong. Payakumbuh : Fakultas Pertanian Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh Sumatera Barat.  
<https://www.slideshare.net/mobile/cvrhmat/populasi-dan-sampel-17072575>. diakses tanggal 3 Maret 2020.
- Hayani, S., 2015. Laporan Tugas Akhir Tanaman Terong. Payakumbuh : Fakultas Pertanian Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh Sumatera Barat
- Jef Rudianto Saragih. 2016. Strategi Pengembangan Agribisnis Hortikultura Di Wilayah Pedesaan. Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Dies Natalis USU 64, Medan, 18 – 19 Agustus 2016, 63 – 70, ISBN 979 458 916 0. Universitas Simalungan.
- Josenues, 2015. Strategi Pengembangan Usaha Tani sayuran Berorientasi Pasar Modern (Studi Kasus Kelompok Tani Liudiak Desa Liurai Distrik Aileu Timor Leste). Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan. Volume 3 Nomor 1 Juli 2015. Magister Ekonomi Pertanian Universitas Padjajaran.
- Kasimin, S. (2013). Keterkaitan produk dan pelaku dalam pengembangan agribisnis hortikultura unggulan di Provinsi Aceh. Jurnal Manajemen & Agribisnis 10 (2), 117-127.
- Kahar. dkk. 2016. Kadar N, P, K Tanah , Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Terong Ungu Akibat Pemberian Pupuk Kandang Ayam dan Mulsa Pada Tanah Entisol Tondo. e-J. Agrotekbis 4 (1) : 34 – 42, Februari 2016. ISSN :2338- 3011.
- M. Risky Adityas. 2017. Strategi Pengembangan Komoditas Sayuran Ungulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus (skripsi).
- Muh Taufik. 2012. Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran di Sulawesi Selatan. Diakses 29 Desember 2019.
- Mahmud, Meyke Mahmu. 2014. Waktu Aplikasi Herbisida Glifosat Pada Pertumbuhan Dan Produksi Terung (*Solanum Melongena* L.). Orther Thesis. Universitas Gorontalo.
- Muhammad Taufik. 2014. Strategi Pengembangan Agribisnis komoditas Sayuran di Sulawesi Selatan (skripsi).
- Mahbubi, A., 2013. Strategi Pengembangan Pembibitan Kentang Pada PT. XYZ. Jurnal Agribisnis. ISSN : 1979-0058 Vol. 7, No. 2, Desember 2013, [ 189 - 198 ]. Fakultas Pertanian Universitas Islam Negri Jakarta.
- Liu S.M.N dan Madiono E. 2013. Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Hortikultura. Jurnal program manajemen bisnis. Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Raden Sonny Suroyo Junior. Hariyadi. dan Sri Mulatsih. 2017. Strategi Pengembangan Usahatani Kangkung Organik Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Vol 5 No 2, Desember 2017); halaman 129-142*
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*
- Zakaria, W. A. (2008). Penguatan kelembagaan kelompok tani kunci kesejahteraan