

Strategi Penguatan Kapasitas Kelembagaan Jejaring Pemasaran Petani Kentang (*Solanum Tuberosum*) di Kecamatan Ngablak

Feriawan Agung Mahendra¹, Agung Wibowo², Retno Setyowati³

^{1,2,3}Program Studi Penyuluhan Dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret,
Jl. Ir. Sutami no 36A Ketingan Surakarta 57126

Email : feriawan_23@student.uns.ac.id

Abstract: The marketing of agricultural products, especially potatoes, by farmers in Indonesia is usually done through middlemen. This situation puts farmers in a weak bargaining position because the middlemen will benefit more from the network they have. Institutionalisation is a solution to improve farmers' bargaining power. One of the agricultural economic institutions in Ngablak sub-district is PT Agro Lestari Merbabu, which also has a partnership with potato farmers. This study aims to analyse the institutional condition of the potato commodity marketing network in Ngablak sub-district and analyse the strategy of strengthening the Potato (*Solanum Tuberosum*) commodity marketing network in Ngablak sub-district. This research uses descriptive qualitative method and SWOT analysis to determine the strategy in strengthening the institutional marketing network. The results showed that the marketing network of potato commodities in Ngablak sub-district is managed by PT Agro Lestari Merbabu which works in partnership with local farmers and obtained four SO (Strength - Opportunity) strategies, three ST (Strength - Threat) strategies, three WO (Weakness - Opportunity) strategies, three WT (Weakness - Threat) strategies.

Keywords: Strategy, potato, partnership, SWOT

Abstrak: Praktik pemasaran hasil pertanian, utamanya komoditas kentang yang dilakukan oleh petani di Indonesia biasanya masih melalui tengkulak. Keadaan ini menempatkan petani dalam bargaining position (posisi tawar) yang lemah karena keuntungan akan lebih banyak didapatkan oleh tengkulak dengan jaringan yang mereka miliki. Pembentukan kelembagaan menjadi solusi meningkatkan daya tawar petani. Salah satu kelembagaan ekonomi pertanian yang terdapat di Kecamatan Ngablak adalah PT. Agro Lestari Merbabu yang juga melakukan kemitraan dengan petani kentang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi kelembagaan jejaring pemasaran komoditas kentang di Kecamatan Ngablak dan menganalisis strategi penguatan kelembagaan jejaring pemasaran komoditas Kentang (*Solanum Tuberosum*) di kecamatan Ngablak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam penguatan kelembagaan jaringan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring pemasaran komoditas kentang di Kecamatan Ngablak dikelola PT Agro Lestari Merbabu yang bekerja sama sistem kemitraan dengan petani setempat dan diperoleh empat strategi SO (Strength – Opportunity), tiga Strategi ST (Strength – Threat), tiga strategi WO (Weakness – Opportunity), tiga strategi WT (Weakness – Threat).

Kata Kunci: Strategi, kentang, kemitraan, SWOT

1. PENDAHULUAN

Praktik pemasaran hasil pertanian yang dilakukan oleh petani di Indonesia biasanya masih melalui tengkulak. Menurut Megasari, Luthfi (2019) petani mempunyai ketergantungan kepada tengkulak dikarenakan minimnya informasi petani untuk dapat memperoleh harga jual yang tinggi. Keadaan ini menempatkan petani dalam *bargaining position* (posisi tawar) yang lemah karena keuntungan akan lebih banyak didapatkan oleh tengkulak dengan jaringan yang mereka miliki. Sa'diyah A dan Dyanasari (2016) menyatakan bahwa untuk memperkuat tawar-menawar di tingkat petani, bersatunya petani untuk membentuk organisasi ekonomi atau badan usaha di tingkat desa perlu dilakukan dalam bentuk kelompok-kelompok usaha. Kelembagaan yang dikelola secara baik dapat menjadi wadah bagi petani

untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan dalam mengelola usaha taninya. Namun, eksistensi kelompok tani di Indonesia di beberapa wilayah belum bisa dikelola secara optimal karena hanya sebatas digunakan sebagai media untuk mendapatkan subsidi dan bantuan baik dari pemerintah maupun pihak swasta sehingga manfaat maksimal dari kelembagaan tidak dirasakan petani.

Kelembagaan yang dikelola secara baik dapat menjadi wadah bagi petani untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan dalam mengelola usaha taninya. Namun, eksistensi kelompok tani di Indonesia di beberapa wilayah belum bisa dikelola secara optimal karena hanya sebatas digunakan sebagai media untuk mendapatkan subsidi dan bantuan baik dari pemerintah maupun pihak swasta sehingga manfaat maksimal dari kelembagaan tidak dirasakan petani. Menurut Daulay (2012) menyatakan bahwa salah satu peluang ekonomi sekaligus modal yang tidak kecil artinya bagi pengembangan ekonomi adalah kekuatan jaringan.

Di Kecamatan Ngablak, beberapa pengusaha pertanian (petani) sudah menjalin kerjasama kemitraan dengan perusahaan yang ada di wilayah tersebut. PT. Agro Lestari Merbabu adalah perusahaan pertanian yang berlokasi di Desa Sumberejo, Kecamatan Ngablak. Di Kecamatan Ngablak 8,5 persen dari total produksi sudah menggunakan jaringan pemasaran melalui Agro Lestari Merbabu. Jalinan kerjasama Agro Lestari Merbabu dengan petani membantu petani untuk dapat memasarkan produk pertanian yang dihasilkan petani.

C.Lestari, N (2015) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (studi pada ukm makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). Temuan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dalam pengembangan produk dan jaringan bisnis berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis .menunjukkan inovasi itu dalam pengembangan produk dan jaringan bisnis memberikan dampak positif pertumbuhan. Di lain sisi, persaingan usaha mempunyai dampak negatif bagi perkembangan usaha. Dari keseluruhan variabel independent yang diuji menunjukkan hasil bahwa variabel jaringan usaha mempunyai pengaruh paling dominan dalam perkembangan usaha. positif bagi UMKM. Penelitian yang dilakukan Daulay R (2012) yang bertujuan untuk memberi peluang berwirausaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pembentukan jaringan usaha yang melibatkan ibu-ibu yang tergabung di majlis taklim dengan judul “strategi jaringan usaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat”. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan atau *research development* dan bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha motivasi kepada subjek penelitian mampu meningkatkan semangat dengan melakukan uji pasar.

Salah satu tanaman pangan yang diproduksi di negeri ini adalah Kentang (*solanum tuberosum L.*). Jenis tanaman ini termasuk ke dalam keluarga umbi-umbian yang mana hasil produk yang dipanen terdapat di dalam tanah atau di akar tanaman. Kentang merupakan komoditas yang kaya akan karbohidrat sehingga bisa digunakan sebagai sumber energi bagi manusia. Salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh pengusaha tani (*agribusinessman*) untuk memperoleh profit adalah pemasaran. Berhasil atau tidaknya usaha tersebut sangat tergantung kepada keahlian pengusaha tani di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia (Firdaus, 2009). Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingannya (Kotler, 2009). Produsen memanfaatkan jaringan usaha untuk melakukan bisnis mereka, baik dalam produksi maupun pemasaran produk. Oleh karena itu, produsen menggunakan perantara untuk meningkatkan efisiensi dalam mencapai pasar sasaran mereka. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasi, perantara biasanya menawarkan perusahaan lebih dari apa yang dapat dicapai perusahaan sendiri (Kotler & Armstrong, 2008). Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dibuat sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilakukan kelompok untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Budio, Sesra. 2019).

2. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dimaksudkan untuk dapat membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan karakteristik dari objek, orang, kelompok, organisasi, lingkungan, peristiwa, atau situasi secara menyeluruh dan terperinci (Lubis et., al, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus deskriptif karena mengambil lokasi yang spesifik untuk diketahui profil wilayah dan karakteristik informan sehingga peneliti dapat mendeskripsikan hasil penelitian secara nyata.

2.2. Populasi dan Sampel

Lokasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kajian dokumentasi, dan observasi.

2.3. Sumber data dan Jenis data

Sumber data adalah tempat dari mana data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini data yang digunakan meliputi 2 (dua) macam data, yaitu :

2.3.1. Data primer

Data primer merupakan data yang berasal dari informan yang telah diperoleh secara langsung melalui wawancara. Informan penelitian terdiri atas *founder* sekaligus pemilik PT. Agro Lestari Merbabu, Penyuluh Pertanian Lapang Kecamatan Ngablak , Petani mitra Agro Lestari Merbabu, dan Kepala Desa Sumberejo.

2.3.2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari BPS, Kantor Pemerintahan Desa, dan PT. Agro Lestari Merbabu. Pengumpulan data ini menggunakan metode kajian dokumentasi.

2.4. Analisis data

Dalam analisis strategi menggunakan analisis SWOT. Nur'aini (2023) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu instrumen untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi sebuah organisasi atau Perusahaan. Analisis strategi menggunakan SWOT mengacu pada matriks SWOT yang menurut Kuncoro (2005) menyatakan bahwa dengan matriks SWOT selanjutnya akan diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Guna menjamin validitas data digunakan 2 jenis triangulasi yaitu triangulasi sumber dan metode.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kapasitas Kelembagaan Jejaring Usaha dengan Kelembagaan Ekonomi Petani (KEP) Perseroan Terbatas

Menurut Ruhimat, I S (2017) tingkat kedinamisan dan partisipasi anggota kelompok tani mempengaruhi kapasitas kelembagaan kelompok tani secara langsung dan tidak langsung oleh peran pemimpin, kapasitas anggota, peran penyuluh, dukungan pihak luar, dan karakteristik petani. Kelembagaan jejaring usaha merupakan hubungan antara satu entitas bisnis dengan entitas bisnis lainnya yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Pembentukan Kelembagaan Ekonomi Petani (KEP) adalah salah satu solusi agar petani dapat bekerja sama utamanya dalam pemasaran hasil panennya. Dikutip dari Permentan Nomor 67 Tahun 2016 menyatakan bahwa Kelembagaan Ekonomi Petani (KEP) adalah lembaga yang didirikan dan dioperasikan oleh petani untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas pertanian, baik yang berbadan hukum maupun non-berbadan hukum. Salah

satu bentuk KEP yang dapat dibentuk oleh petani adalah Perseroan Terbatas (PT). Perseroan Terbatas merupakan perusahaan yang mempunyai badan hukum dan kepemilikannya terbagi dalam saham. Dengan adanya badan hukum sehingga menjamin hak dan kewajiban untuk melakukan perbuatannya sendiri. Agro Lestari Merbabu merupakan salah satu KEP yang berbentuk Perseroan Terbatas dan beroperasi di Desa Sumberejo.

3.2. Peran Stakeholder dalam Pengembangan Kelembagaan Jejaring Usaha

3.2.1. Peran penyuluh

Informasi tentang pertanian dari pemerintah, baik pusat maupun daerah disampaikan melalui PPL kepada petani sehingga informasi sampai ke petani dalam keadaan utuh. Setelah adanya penyampaian materi secara kelompok, PPL di Desa Sumberejo memberikan percontohan dengan lahan.

3.2.2. Peran Pemerintah Desa

Secara umum, peran Pemerintah desa adalah mengelola pemerintahan lokal, pembangunan dan perencanaan, pemeliharaan ketertiban dan keamanan, pengatur pertanian, dan partisipasi masyarakat. Pemerintah desa mempunyai tugas untuk mengatur pertanian sehingga dapat berjalan dengan baik. Untuk menunjang pembangunan pertanian, Pemerintah Desa Sumberejo mempunyai beberapa kebijakan. Mulai dari pemberian pelatihan bekerja sama dengan PPL, dukungan sarana produksi, dan pengelolaan lahan kas desa kepada Gapoktan dan kelompok tani. Pemerintah desa juga memfasilitasi petani untuk menjalin relasi untuk subsidi dan bantuan agar segala kebutuhan petani dalam budidaya dapat terpenuhi.

3.2.3. Peran Kelompok tani

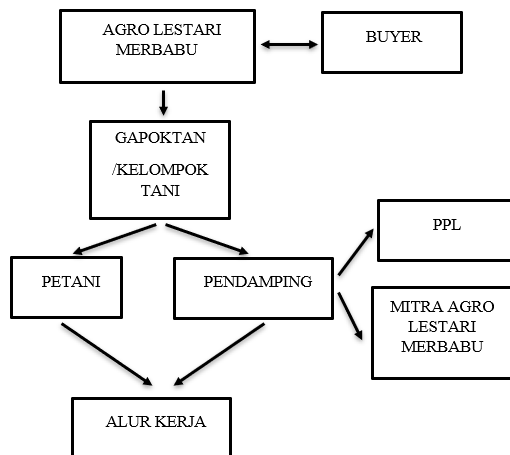
Menurut Zain, Majdah(2022), Secara organisasi, fungsi kelompok tani adalah melakukan penyuluhan dan membahas permasalahan petani seperti teknik budidaya, harga, rendemen, penjualan, dan masalah kredit. Kelompok tani juga berperan dalam penyediaan pengetahuan, pelatihan, dan sumber daya. Kolektifikasi dalam pemasaran produk pertanian seperti kentang (*solanum tuberosum*) dapat dilakukan melalui kelompok tani

3.3. Dampak Kelembagaan Jejaring Pemasaran Usaha

Dampak terbagi menjadi dua yaitu dampak negatif dan positif. Dampak positif umumnya adalah akibat yang memberikan keuntungan karena suatu peristiwa atau tindakan. Sebaliknya, dampak negatif merupakan suatu akibat atau pengaruh yang membuat kerugian. Kelembagaan jaringan usaha bertujuan untuk memfasilitasi kerjasama dan koordinasi di antara anggota jaringan usaha dengan tujuan meningkatkan efisiensi, pertumbuhan, dan daya saing bisnis mereka. Memiliki jaringan usaha yang kuat dapat membawa berbagai manfaat, mulai dari peluang bisnis hingga pertukaran pengetahuan dan dukungan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kesuksesan. Jaringan pemasaran usaha yang terbentuk dengan baik dapat membuat biaya pemasaran yang lebih rendah. Pemasaran produk kentang secara kolektif melalui kelompok dapat menekan biaya yang diperlukan. Penyediaan bibit kentang (*solanum tuberosum*) bersertifikasi dari Agro Lestari Merbabu juga membuat petani dapat memiliki jaminan mutu dan kualitas yang baik.

Berbagai manfaat yang diperoleh petani dari adanya kelembagaan jaringan usaha dapat dimaknai bahwa hal ini membawa dampak positif bagi petani. Manfaat tersebut adalah perluasan pasar, dukungan dan monitoring, dan akses ke sumber daya. Dampak positif ini dapat mendukung upaya petani untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

3.4. Model Kelembagaan Jejaring Pemasaran Usaha yang Terbentuk pada PT Agro Lestari Merbabu



Gambar. 3 Model Kelembagaan Pemasaran PT. Agro Lestari Merbabu

Dari Gambar 3. diatas Agro Lestari Merbabu merupakan unsur utama yang ada di dalam bagan tersebut. Agro Lestari Merbabu berhubungan langsung dengan *Buyer* (pembeli/konsumen) komoditas kentang. *buyer* merupakan pembeli komoditas kentang yang berasal dari pasar lokal maupun industry. Sehingga Agro Lestari Merbabu bertanggung jawab untuk memenuhi permintaan yang diberikan oleh *buyer*. Untuk memenuhi permintaan *buyer*, Agro Lestari Merbabu melakukan produksi kentang sendiri serta menjalin kemitraan dengan petani agar permintaan dapat tercukupi. Kemitraan yang dilakukan dengan petani dilakukan melalui Kelompok tani/Gapoktan. Kelompok tani merupakan wadah bagi petani untuk mendapatkan pengetahuan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dalam budidaya. Sehingga dengan melalui kelompok tani, maka kolektifitas pemasaran hasil pertanian dapat dilakukan melalui Agro Lestari Merbabu. Dalam proses budidaya kentang yang dilakukan oleh petani, kelompok tani dan Agro Lestari Merbabu juga memberikan pendamping yang berasal dari PPL (penyuluh pertanian lapang) dan pihak lain yang bermitra dengan Agro Lestari Merbabu. Pendamping berperan untuk memberikan pengetahuan tentang budidaya kepada petani dan membantu mengatasi permasalahan dalam budidaya yang dihadapi oleh petani.

3.5. Faktor Internal yang Mempengaruhi Kelembagaan Jejaring Usaha

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal Agro Lestari Merbabu

No.	Faktor Internal	Deskripsi
1.	Sumber Daya Manusia (SDM)	Sumber daya yang berasal dari kekuatan-kekuatan manusia yang dapat didayagunakan oleh organisasi.
2.	Kualitas bibit	Tanaman yang berusia masih sangat muda untuk dibudidayakan menjadi dewasa dan diambil hasil panennya.
3.	Sarana produksi (saprodi)	Alat dan infrastruktur yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam budidaya.
4.	Komunikasi	Proses bertukar informasi, gagasan, dan pesan antar anggota organisasi untuk mencapai pemahaman bersama, koordinasi, dan tujuan bersama.
5.	Kualitas hasil panen	Parameter untuk mengukur kesesuaian hasil panen dengan standar yang telah ditetapkan.

3.6. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Kelembagaan Jejaring Usaha

Tabel 2. Faktor Eksternal yang mempengaruhi jaringan usaha

No.	Faktor Eksternal	Deskripsi
1.	Ekonomi	Aspek keuangan yang mempengaruhi tujuan finansial organisasi.
2.	Sosiologis (lingkungan)	Sinergi antara organisasi dan keadaan lingkungan masyarakat di sekitar wilayah organisasi.
3.	Politik	hukum dan peraturan yang berlaku di wilayah organisasi tersebut berada dan nilai-nilai dan sikap masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan.
4.	Teknologi	Aplikasi ilmu pengetahuan manusia untuk menunjang dan mempermudah kehidupan manusia.

3.7. Strategi Pengembangan Kelembagaan Jejaring Usaha Pemasaran

Faktor internal (*strength* dan *weakness*) dan eksternal (*threats* dan *opportunities*) yang diperoleh dari pengumpulan data adalah sebagai berikut :

- a. *Strength* (kekuatan)
 - 1) Jaringan komunikasi personal antara *Founder* dan petani mitra
 - 2) Bibit bersertifikasi yang diproduksi sendiri oleh Agro Lestari Merbabu
 - 3) Sarana produksi yang lebih mumpuni
 - 4) SDM yang mempunyai kemampuan memahami dengan baik
 - 5) Sortasi dan grading menyesuaikan kebutuhan pasar
 - 6) Kelembagaan telah berbadan hukum PT
 - 7) System pendampingan dari kelompok tani dibawah supervisi Agro Lestari Merbabu
 - 8) Sistem penjaminan mutu untuk menjaga kualitas kentang
 - 9) PT menerima segala jenis kentang sehingga serapan hasil panen jelas
- b. *Weakness* (kelemahan)
 - 1) Keterbatasan beberapa sarana produksi
 - 2) Kualitas SDM yang belum memadai
 - 3) Produksi bibit yang belum sepenuhnya dapat mencukupi kebutuhan
 - 4) Pendampingan kurang optimal karena petani mengelola komoditas pertanian lain
 - 5) Sistem pembayaran buyer yang tidak langsung sehingga PT harus mengeluarkan uang terlebih dahulu untuk membayar petani
 - 6) Sarana penyimpanan kentang masih berpusat di dekat kantor Agro Lestari Merbabu
- c. *Threats* (Ancaman)
 - 1) Pendanaan APBN
 - 2) Pemanfaatan teknologi digital
 - 3) Peluang kemitraan dengan penyedia saprodi dibayar pasca panen
 - 4) Sistem informasi untuk mendukung ketertelusuran produk kentang
 - 5) Dukungan pemerintah Kabupaten untuk perluasan kemitraan ke wilayah lain

- 6) Akses KUR Pertanian bagi petani sehingga membuat Agro Lestari Merbabu dapat mengerahkan petani untuk pendanaan
- d. *Opportunities* (peluang)
 - 1) Penawaran dari pesaing
 - 2) Tanaman kentang tidak mendapatkan pupuk bersubsidi
 - 3) Pemanfaatan aplikasi terhambat petani yang tidak memiliki hp
 - 4) Rentan keterlambatan pembayaran dari buyer
 - 5) Kebiasaan petani dalam budidaya konvensional sesuai tradisi lokal

Dari faktor internal dan eksternal yang ada sebelumnya kemudian dilakukan analisis melalui Matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi *ST(Strength-Threats)*, *SO(Strength-Opportunities)*, *WT(Weakness-Threats)*, dan *WO(Weakness-Opportunities)* sebagai berikut:

- a. *ST(Strength-Threats)*
 - 1) Peningkatan efisiensi penggunaan pupuk dengan penggunaan bibit yang diproduksi sendiri serta menggunakan pupuk organik
 - 2) Pengembangan sistem deposit dari *buyer* Agro Lestari Merbabu untuk mendukung kelancaran pembelian dari petani
 - 3) Pembuatan system bonus bagi petani yang dapat panen sesuai/melebihi target untuk menjaga loyalitas petani mitra
- b. *SO(Strength-Opportunities)*
 - 1) Pemanfaatan jalinan komunikasi internal yang baik antara Agro Lestari Merbabu dan petani mitra untuk menyalurkan informasi
 - 2) Optimalisasi peran Dinas Pertanian untuk perluasan kemitraan dengan petani di wilayah lain
 - 3) Sosialisasi KUR pertanian dengan jaminan Agro Lestari Merbabu untuk mendukung pendanaan kentang bagi petani
 - 4) Pembentukan sistem ketertelusuran untuk memonitoring kentang produksi guna supply chains yang seimbang
- c. *WT(Weakness-Threats)*
 - 1) Penguatan stabilitas harga yang diberikan kepada petani mitra dengan sistem lelang
 - 2) Pengembangam budaya lokal sebagai kekuatan tradisi pertanian dengan intervensi SOP budidaya kentang yang memudahkan petani.
 - 3) Pelibatan semua elemen stakeholder dalam sistem budidaya kentang untuk terjalin Kerjasama pemenuhan saprodi kentang
- d. *WO(Weakness-Opportunities)*
 - 1) Optimalisasi penggunaan aplikasi monitoring petani untuk dapat mendeteksi lebih awal ketika terjadi masalah dan segera memperbaiki masalah yang tersebut.
 - 2) Pembentukan *packing house* di beberapa titik sentra kentang untuk menjaga kualitas kentang
 - 3) Penambahan SDM *quality control* kentang untuk meningkatkan profesionalitas dalam pengelolaan hasil

4. KESIMPULAN

Kondisi kelembagaan jejaring pemasaran komoditas kentang di Kecamatan Ngablak yaitu dikelola PT Agro Lestari Merbabu yang bekerja sama dengan pembeli dengan sistem kemitraan dengan

kelompok tani di wilayah tersebut dilengkapi dengan pendampingan dari perusahaan dan penyuluh pertanian setempat. Strategi penguatan kelembagaan jejaring pemasaran komoditas kentang di Kecamatan Ngablak sebagai berikut :

a. Strategi *Strength – Opportunity* (SO)

- 1) Pemanfaatan jaringan komunikasi internal yang baik antara Agro Lestari Merbabu dan petani mitra untuk menyalurkan informasi.
- 2) Optimalisasi peran Dinas Pertanian untuk perluasan kemitraan dengan petani di wilayah lain.
- 3) Sosialisasi KUR pertanian dengan jaminan Agro Lestari Merbabu untuk mendukung pendanaan kentang bagi petani .
- 4) Pembentukan sistem ketertelusuran untuk memonitoring kentang produksi guna supply chains yang seimbang.

b. Strategi *Strength – Threat* (ST)

- 1) Peningkatan efisiensi penggunaan pupuk dengan penggunaan bibit yang diproduksi sendiri serta menggunakan pupuk organik.
- 2) Pengembangan sistem deposit dari *buyer* Agro Lestari Merbabu untuk mendukung kelancaran pembelian dari petani.
- 3) Pembuatan sistem bonus bagi petani yang dapat panen sesuai/melebihi target untuk menjaga loyalitas petani mitra.

c. Strategi *Weakness – Opportunity* (WO)

- 1) Optimalisasi penggunaan aplikasi monitoring petani untuk dapat mendeteksi lebih awal ketika terjadi masalah dan segera memperbaiki masalah yang tersebut.
- 2) Pembentukan *packing house* di beberapa titik sentra kentang untuk menjaga kualitas kentang.
- 3) Penambahan *SDM quality control* kentang untuk meningkatkan profesionalitas dalam pengelolaan hasil.

d. Strategi *Weakness – Threat* (WT)

- 1) Penguatan stabilitas harga yang diberikan kepada petani mitra dengan sistem lelang
- 2) Pengembangan budaya lokal sebagai kekuatan tradisi pertanian dengan intervensi SOP budidaya kentang yang memudahkan petani
- 3) Pelibatan semua elemen *stakeholder* dalam sistem budidaya kentang untuk terjalin Kerjasama pemenuhan saprodi kentang.

5. SARAN

Agar kapasitas kelembagaan jaringan pemasaran pertanian kentang dapat berjalan optimal maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi PT Agro Lestari Merbabu
 - a. Memberikan kontrak kemitraan kepada petani untuk menjamin loyalitas dalam kerja sama.
 - b. Memberikan bonus kepada petani mitra yang memperoleh hasil produksi melampaui target dan saat terjadi kenaikan harga pasar.
 - c. Memperluas kemitraan ke wilayah lain dengan ketinggian lokasi yang sama di Kabupaten Magelang
- 2) Bagi Petani Mitra
 - a. Meningkatkan komitmen kemitraan dengan perusahaan supaya terjadi kerja sama berkelanjutan.
 - b. Melakukan kerja sama dengan petani lain untuk pengelolaan lahan kolektif sehingga hasil panen akan meningkat.
- 3) Bagi Penyuluh Pertanian

- a. Melakukan pendampingan budidaya dari hulu ke hilir bekerjasama dengan PT Agro Lestari Merbabu.
- b. Membantu akses kerja sama dengan pihak luar untuk meningkatkan serapan semua *grade* kentang.

DAFTAR PUSTAKA

- C. Lestari, N. Lubis, and W. Widayanto. (2015). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Pada Ukm Makanan Di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 4(2). <https://doi.org/10.14710/jiab.2015.8263>
- Lutfi Apreliana Megasari, O. (2019). Ketergantungan Petani Terhadap Tengkulak Sebagai Patron Dalam Kegiatan Proses Produksi PERTANIAN (Studi di Desa Baye Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri). <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/87566>
- Sa'diyah, A.A, Dyanasari. 2016. Strategi Penguatan Posisi Tawar Petani Bawang Daun Melalui Penguatan Kelembagaan. *Buana Sains*. Vol. 16 (1)
- Daulay, Raihanah. 2012. Strategi Jaringan Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*. No. 12 Vol 11
- Zain, Majdah. 2022. Seribu Manfaat Tanaman Tebu Inovasi Limbah Tebu yang Wajib Anda Ketahui. Deepublish: Sleman
- Budio, Sesra. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*. Volume 2 no. 2. <https://123dok.com/document/q27vk5ry-jurnal-menata-volume-desember-strategi-manajemen-sekolah-sesra.html>
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran. Indeks*: Jakarta.
- Nur'aini, Fajar. 2023. Master Analisis SWOT. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Ruhimat, S I. 2017. Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Kelompok Tani Dalam Pengembangan Usahatani Agroforestry: Studi Kasus di Desa Cukangkawung, Kecamatan Sodonghilir, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan* Vol. 14 No.1