

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan dapat menjadi pedoman dalam melakukan penelitian selanjutnya serta sebagai pembanding untuk melengkapi informasi dan data yang tersedia. Penelitian yang menjadi acuan ialah penelitian dengan kajian strategi pengembangan bisnis dengan komoditas yang sama ataupun berbeda. Dalam penyusunan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha.

Tabel 3. Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ikhsan, S dan Aid, A (2011)	Strategi Pengembangan Komoditas Karet di Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah	Alat analisis yang digunakan matriks IFE, EFE, dan SWOT. Beberapa alternatif strategi yang dapat dilaksanakan antara lain penerapan program intensifikasi ditunjang oleh penyediaan sarana produksi sesuai dengan kebutuhannya dengan jumlah, tempat, dan waktu yang tepat, serta tindakan penyuluhan untuk mengintroduksi teknologi baru, alternatif lainnya adalah peningkatan produksi melalui tindakan intensifikasi, ekstensifikasi, dan peremajaan.

2. Anggiadinta (2012) Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) pada CV Wahyu Makmur Sejahtera
- Alat analisis yang digunakan matriks EFE, IFE dan SWOT. Hasilnya didapatkan beberapa strategi yaitu menjaga kualitas produk yang dihasilkan, meningkatkan volume penjualan, meningkatkan kapasitas produksi, meningkatkan promosi, memanfaatkan program pemerintah dan lembaga komoditi untuk perolehan dana, menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok, pelanggan dan seluruh karyawan dan memperbaiki sistem manajemen perusahaan.
3. Sari (2014) Strategi Pengembangan Bisnis Baby Buncis (*Phaseolus vulgaris* L.) di Baby French Farmer Group Kabupaten Bandung Barat
- Alat analisis yang digunakan adalah matriks IFE dan EFE untuk merumuskan faktor internal dan eksternal utama. Selanjutnya dalam perumusan strategi penelitiannya menggunakan matriks SWOT (*Strenght-Weakness Opportunity-Threat*). Strategi alternatif yang dapat adalah meningkatkan skala produksi, memperluas ruang lingkup penjualan Baby Buncis, memanfaatkan sistem kontrak kerja yang baik dengan mitra bisnis, serta meningkatkan kualitas tanaman Baby Buncis

- sesuai spesifikasi permintaan pasar dan menetapkan rencana kerja yang baik untuk dapat mencapai target penjualan.
4. Adelia (2016) Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Bina Usaha Jamur Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor Dengan menggunakan matriks IFE dan EFE. Sedangkan dalam perumusan Strategi alternatif yang dapat dilakukan ialah meningkatkan promosi, menjaga hubungan baik dengan pemasok, pemimpin perlu mengambil beberapa langkah untuk perbaikan sistem manajemen perusahaan.
5. Makhruf *et al* (2016) Strategi Pengembangan Budidaya Kentang (*Solanum tuberosum* L.) di Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal adalah matriks EFE dan IFE. Sedangkan dalam perumusan menggunakan matriks SWOT dan strategi yang dapat dilakukan adalah mempertahankan kualitas dan meningkatkan kuantitas hasil budidaya kentang dengan intensifikasi pertanian, memaksimalkan lahan penanaman kentang melalui sistem budidaya monokultur dan rotasi tanam serta memanfaatkan teknologi yang ada, dan menjalin hubungan kerjasama pemasaran dengan lebih dari satu tengkulak.

- | | | | |
|----|--------------------------------|--|--|
| 6. | Fauzi <i>et al</i> ,
(2016) | Strategi
Pengembangan
Agribisnis Kentang
Merah di Kabupaten
Solok | Alat analisis yang digunakan adalah matriks EFE, IFE dan SWOT. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh strategi yaitu Meningkatkan pertemuan rutin yang menjembatani program pemerintah dengan kelompok tani, mengembangkan sistem kemitraan yang telah dijalankan antar petani dan kelompok tani, Membuat produk olahan yang berbahan baku kentang merah, kerjasama pemasaran baik dalam bentuk produk segar maupun olahan dan meningkatkan teknologi produksi dan informasi |
| 7. | Hasan <i>et al</i>
(2016) | Analisis Pendapatan
dan Strategi
Pengembangan
Usahatani Jagung
Hibrida di Kecamatan
Labuan, Kabupaten
Donggala | Analisis pendapatan menunjukkan bahwa tingkat pendapatan petani sistem usahatani jagung hibrida di Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala sebesar Rp 11.896.031,15 / 0,92 / musim tanam / ha. Strategi untuk mengembangkan Sistem usahatani jagung hibrida merupakan peluang kekuatan untuk mendukung program-program sebagai berikut: 1) meningkatkan produksi dengan menggunakan atau mengadopsi |

teknologi pertanian baru; 2) mendirikan kemitraan dengan industri atau pemerintah untuk mendapatkan pasokan pasar atau fasilitas produksi; 3) meningkatkan produktivitas melalui penyuluhan. Beberapa faktor perlu dipertimbangkan di pengembangan sistem usahatani jagung hibrida di Kabupaten Donggala adalah ketersediaan peralatan, permodalan, penanganan pasca panen, distribusi pupuk, hama dan pencegahan penyakit, perubahan iklim dan ketersediaan tenaga kerja muda. Baik pemerintah maupun swasta sektor yang dibutuhkan untuk mendukung program pengembangan sistem usahatani jagung hibrida di Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala dalam rangka meningkatkan kesejahteraan kelompok tani dan kelompok tani keluarga.

- | | | | |
|----|--------------------------------------|--|--|
| 8. | Retnaningsih dan Bambang N.C, (2017) | Strategi Pengembangan Jamur Tiram (<i>Pleurotus Ostreatus</i>) di Kelompok Tani Aneka Jamur Desa | Alat analisis yang digunakan matriks IFE dan matriks EFE. kemudian dengan menggunakan matriks SWOT dan tahap keputusan dengan menggunakan QSPM. Hasil penelitian ini |
|----|--------------------------------------|--|--|

Gondangmanis
Kecamatan
Karangpandan
Kabupaten
Karanganyar

menunjukkan bahwa alternative strateginya adalah dengan mempertahankan dan meningkatkan mutu produk benih (F1), baglog dan tiram jamur; meningkatkan kualitas sumber daya manusia anggota kelompok pasca panen penanganan; menjalin kemitraan dengan kelompok lain atau asosiasi dengan pembuat baglog atau pembudidaya jamur untuk mencapai kesepakatan harga; kerjasama dengan kelompok lain dalam hal sinkronisasi waktu untuk membuat baglog dan budidaya jamur jadi bahwa jika ada hama atau penyakit semua pembuat baglog atau pembudidaya jamur tiram tidak menyerang semua; peningkatan efisiensi produksi untuk meningkatkan daya saing; dan menabung melalui efisiensi biaya. Prioritas strategi yang diperoleh dalam pengembangan tiram jamur merang untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk benih (F1), baglog (media tanam) dan jamur tiram.

9. Halim (2018) Strategi Pengembangan

Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor internal

- Agribisnis Kacang Tanah (*Arachis hypogaea*) untuk Meningkatkan Pendapatan di Kabupaten Bataeng dan eksternal adalah matriks EFE dan IFE. Berdasarkan matriks SWOT strategi yang dihasilkan adalah meningkatkan produksi kacang tanah, menambah daerah distribusi pasar kacang tanah, menambah daerah distribusi pasar kacang tanah dan pembinaan petani dan penyuluh untuk budidaya dan pengolahan kacang tanah.
10. Selvia dan E. juwendah, (2018) Strategi Pengembangan Kentang (*Solanum tuberosum* L.) Pada Kelompok Tani Palintang Jaya, Desa Cipanjalu Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usahatani bibit kentang dan usahatani kentang konsumsi menguntungkan untuk dijalankan. Berdasarkan matriks IE, kelompok tani tersebut berada pada posisi menjaga dan mempertahankan (sel V). Berdasarkan analisis SWOT maka dihasilkan 6 alternatif strategi. Prioritas strategi yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan terlebih dahulu oleh Kelompok Tani Palintang Jaya adalah meningkatkan kemampuan anggota dalam budidaya bibit kentang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kentang (*Solanum tuberosum* L.)

Kentang merupakan tanaman semusim yang berasal dari wilayah pegunungan Andes di Peru dan Bolivia yang memiliki daun berbentuk menyirip majemuk dan lembar daun bertangkai dan berfungsi sebagai tempat melakukan proses fotosintesis yang kemudian hasilnya digunakan untuk pertumbuhan vegetatif, generatif, respirasi dan sebagian disimpan dan ditimbun pada bagian tanaman sehingga membentuk umbi (Risnawati, 2010). Secara taksonomi tanaman kentang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Spermatophyta
Subdivisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledona
Family	: Solanaceae
Genus	: Solanum
Spesies	: <i>Solanum tuberosum</i> L. (Samadi, 2007)

Menurut Fatimah (2011), kentang merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki peran penting dalam menunjang ketahanan pangan maupun sebagai usaha bagi petani. Kentang layak diusahakan dan dikembangkan karena nilai ekonomisnya yang tinggi dan permintaan kentang yang terus meningkat seiring dengan adanya pendayagunaan kentang untuk berbagai keperluan baik sebagai kentang konsumsi ataupun industri sehingga dengan mengusahakan kentang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani.

Kentang termasuk lima kelompok besar makanan pokok dunia selain gandum, jagung, beras dan terigu. Bagian utama kentang yang dimanfaatkan sebagai bahan makanan adalah umbi. Umbi kentang merupakan sumber karbohidrat yang mengandung vitamin dan mineral yang cukup tinggi. Karbohidrat merupakan kandungan zat gizi yang terbesar di dalam kentang. Selain itu kentang juga mengandung zat protein dalam jumlah yang cukup serta thiamin dan niacin. Dalam 100 gram kentang terkandung 83 kalori. Kentang memiliki kadar air yang cukup tinggi, sekitar 78 %, sumber vitamin C dan B1 serta beberapa jenis mineral seperti fosfor, zat besi dan kalium (Prabaningrum *et al.*, 2014).

Menurut Setiadi (2009), jenis *granola* merupakan varietas unggul karena produktifitasnya bisa mencapai 30-35 ton per hektar. Selain itu, *granola* juga tahan terhadap penyakit kentang pada umumnya. Bila varietas lain kerusakan akibat penyakit bisa 30%, *granola* hanya 10%. Umur panen normal adalah 90 hari, meskipun umur 80 hari sudah bisa dipanen. Warna kulit dan daging umbi kuning dan bentuknya relatif lonjong/oval.

Suhu udara ideal untuk kentang berkisar antara 15-18° C pada malam hari dan 24-30° C di siang hari. Kentang dapat tumbuh subur di tempat-tempat yang cukup tinggi, seperti di daerah pegunungan dengan ketinggian sekitar 500-3.000 mdpl. Namun, tempat yang ideal berkisar antara 1.000-1.300 mdpl. Curah hujan yang tepat bila besarnya kira-kira 1.500 mm per tahun. Hujan yang turun dapat secara terus menerus sepanjang hari atau terputus-putus pada hari tertentu saja (Setiadi, 2009).

Setiadi (2009) juga menambahkan, angin turut berpengaruh terhadap kentang. Angin yang terlalu kencang kurang baik untuk tumbuhan berumbi karena dapat merusak tanaman, mempercepat penularan penyakit, dan faktor penyebar

bibit penyakit mudah terbawa ke mana-mana. Menurut Duriat (2006), terdapat empat hama utama dan tiga penyakit utama pada tanaman kentang. Hama utama terdiri dari penggerek umbi (*Phthorimaea operculella*), lalat penggorok daun (*Liriomyza huidobrensis*), penghisap daun (*Thrips palmi*) dan ulat tanah (*Agrotis ipsilon*). Sedangkan penyakit utama yaitu busuk daun (*Phytophthora infestans*), bercak kering (*Alternaria solani*) dan kaki hitam (*Erwinia spp.*) namun untuk kasus penyakit yang paling sering dijumpai di Kecamatan Sirampog adalah busuk daun (*Phytophthora infestans*). Pemantauan terhadap OPT perlu dilakukan secara berkala.

Menurut Setiadi (2009), tanah yang paling baik untuk kentang adalah tanah yang gembur atau sedikit mengandung pasir agar mudah diresapi air dan mengandung humus yang tinggi. Kelembapan tanah yang cocok untuk umbi kentang adalah 70%. Kelembapan tanah yang lebih dari ini menyebabkan kentang mudah diserang oleh penyakit busuk batang, leher akar atau umbi.

2. Konsep Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah seluruh perolehan yang berasal dari biaya faktor produksi maupun total output yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian. Kebutuhan seperti sandang, pangan dan papan akan menyesuaikan dengan pendapatan yang dimiliki. Menurut Sukirno (2009) dalam buku “Teori Ekonomi” semakin tinggi pendapatan disposibel yang diterima oleh rumah tangga, makin besar konsumsi yang dibelanjakan. Selanjutnya Sukirno (2009), menambahkan bahwa pendapatan akan menentukan tingkat kesejahteraan yang dimiliki oleh seorang individu artinya makin besar pendapatan makin besar pula

konsumsi dan tingkat kepuasan yang diperolehnya. Oleh sebab itu setiap individu berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan melalui berbagai usaha dengan faktor-faktor produksi yang dimilikinya yaitu tanah, tenaga kerja, modal dan keahlian.

Selain itu, Winardi (2007) juga mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang diperoleh dari pemanfaatan modal atau kekayaan. Jika melihat pendapat yang dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan seseorang adalah jumlah kekayaan baik dalam bentuk uang atau dalam bentuk materi lainnya, yang diperoleh dari hasil usaha memanfaatkan modal yang dimilikinya. Ekonomi sebagaimana yang diketahui adalah kegiatan manusia dengan masyarakat untuk memanfaatkan dan mempergunakan unsur-unsur produksi dengan sebaik-baiknya guna memenuhi berbagai rupa kebutuhan. Keadaan ekonomi dalam suatu masyarakat sangat ditentukan oleh tinggi rendahnya pendapatan, jenis pekerjaan dan jumlah tanggungan dalam keluarga. Pendapatan sering dijadikan tolak ukur dalam mengukur tingkat kesejahteraan suatu masyarakat dan keberhasilan perekonomian suatu negara (Halim, 2018).

b. Pendapatan Usahatani

Pendapatan usahatani menurut Gustiyana (2004), dapat dibagi menjadi dua yaitu: (1) pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh petani dalam usahatani selama satu tahun yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga persatuan berat pada saat pemungutan hasil, (2) pendapatan bersih, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam satu tahun dikurangi dengan biaya produksi selama

proses produksi. Biaya produksi meliputi biaya rill tenaga kerja dan biaya rill sarana produksi.

Menurut Ahmadi (2001), dalam pendapatan usahatani ada dua unsur yang digunakan yaitu unsur penerimaan dan unsur pengeluaran atau biaya dari usahatani tersebut. Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual, sedangkan pengeluaran atau biaya yang dimaksudkan sebagai nilai penggunaan sarana produksi dan lain-lain yang dikeluarkan pada proses produksi tersebut.

c. Penerimaan Usahatani

Penerimaan diperoleh dari produksi fisik dikalikan dengan harga produksi. Total pendapatan bersih diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam suatu produksi. Soekartawi (2002), menyatakan bahwa keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (seperti sewa tanah, pembelian alat pertanian) dan biaya tidak tetap (seperti biaya yang dikeluarkan untuk membeli bibit, pupuk, pestisida, pembayaran tenaga kerja). Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut (Soekartawi, 2002):

$$\mathbf{TR = Q \times P}$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total (Rp)

Q = Jumlah produk yang dihasilkan (Unit)

P = Harga Produk (Rp)

Penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam suatu usahatani, dan pendapatan usahatani adalah selisih antara pengeluaran dan penerimaan dalam usahatani. Pendapatan sangat dipengaruhi oleh banyaknya

produksi yang dijual oleh petani sendiri sehingga semakin banyak jumlah produksi maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh (Soekartawi, 2002). Pendapatan dari usahatani adalah total penerimaan dari nilai penjualan hasil ditambah dari nilai hasil yang dipergunakan sendiri, dikurangi dengan total nilai pengeluaran yang terdiri dari pengeluaran untuk input (benih, pupuk, pestisida dan alat-alat) pengeluaran untuk upah tenaga kerja dari luar keluarga.

d. Biaya Usahatani

Biaya adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha untuk membiayai kegiatan produksi. Didalam produksi faktor-faktor produksi dikombinasikan, diproses kemudian dapat menghasilkan suatu hasil akhir yang biasa disebut dengan produksi atau output. Dalam usahatani dikenal dua macam biaya, yaitu biaya tunai atau biaya yang dibayarkan dan biaya tidak tunai atau biaya yang tidak dibayarkan (Daniel, 2002).

Supardi (2000) mengklasifikasikan biaya menjadi biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya variabel (*Variable Cost*). Klasifikasi biaya dalam perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara tetap dibayar atau dikeluarkan oleh petani dan besarnya tidak dipengaruhi oleh tingkat output. Yang termasuk kategori biaya tetap adalah biaya peralatan alat, biaya pemeliharaan lahan, biaya penyusutan alat dan biaya tenaga kerja tetap.

2) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha sebagai akibat penggunaan faktor produksi yang bersifat variabel, sehingga biaya ini besarnya berubah-ubah dengan berubahnya jumlah barang yang dihasilkan dalam jangka pendek. Biaya variabel adalah biaya tenaga kerja, biaya saprodi.

3) Biaya Total

Biaya total merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan petani mulai dari sebelum penanaman hingga panen. Biaya ini dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap dengan biaya variabel (Marwasputra, 2010) dapat ditulis sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = Biaya Total (Rp/musim)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp/musim)

TVC = Total Biaya Variabel (Rp/musim)

3. Konsep Pengembangan

Pengembangan menurut Listiawati (2020) adalah suatu kegiatan untuk memperbaiki kemampuan petani dengan cara meningkatkan pengetahuan dan pengertian pengetahuan umum termasuk peningkatan penguasaan teori, pengambilan keputusan dalam menghadapi persoalan usahatani. Suwanto (2016) juga berpendapat bahwa pengembangan (*Development*) diartikan sebagai penyiapan individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau lebih tinggi di dalam organisasi. Sehingga berdasarkan pengertian tersebut pengembangan bisa diartikan sebagai peningkatan kemampuan atau keterampilan sumber daya yang ada, baik dari segi kemampuan konseptual, kemampuan pengambilan keputusan dan memperbaiki produksi dan pemasaran yang dilakukan secara sistematis dan teratur guna mengoptimumkan hasil yang ingin dicapai.

Menurut Handoko (2014), pengembangan tersebut memiliki tujuan seperti untuk mengoptimalkan produktivitas kerja yang tinggi agar dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas produksi, juga pemasaran yang baik. Selain itu efisiensi juga sangatlah penting untuk meningkatkan daya saing produk. Efisiensi ini dapat berupa tenaga, waktu, biaya, dan bahan baku, serta berkurangnya kerusakan dari alat-alat sehingga dapat meningkatkan laba yang diinginkan.

4. Konsep Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Menurut David (2008), strategi merepresentasikan tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan jangka panjang. Terdapat elemen strategi yang harus dipenuhi untuk menjamin keberhasilan kegiatan. Pertama, tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten dan berjangka panjang. Kedua, pengertian mendalam terhadap lingkungan persaingan. Ketiga, penilaian objektif terhadap sumber daya dan implementasi yang efektif. Menurut David (2008) terdapat beberapa alternatif strategi utama yang dapat diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu:

- a. Strategi Integrasi, yaitu strategi yang menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok atau pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri. Tipe strategi integrasi terdiri dari :
 - 1) Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration Strategy*) yaitu memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.
 - 2) Strategi Integrasi ke Belakang (*Backward Integration Strategy*) yaitu memiliki atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok.
 - 3) Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*) yaitu mencoba memiliki atau meningkatkan kendali atas para pesaing.

- b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*). Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada. Tipe strategi intensif terdiri dari :
- 1) Strategi Penetrasi Pasar (*Market Development Strategy*) yaitu mencari pangsa pasar yang lebih besar dari produk atau jasa yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran yang lebih gencar.
 - 2) Strategi Pengembangan Pasar (*Market Development Strategy*) yaitu memperkenalkan produk atau jasa yang sudah ada di wilayah geografi baru.
 - 3) Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*) yaitu mencoba meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada mengembangkan yang baru.
- c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*). Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini dilakukan dengan cara mendiversifikasikan aktivitas bisnis. Tipe strategi diversifikasi terdiri dari :
- 1) Strategi Diversifikasi Konsentrik (*Concentric Deversification Strategy*) yaitu menambah produk atau jasa baru, tetapi masih terkait.
 - 2) Strategi Diversifikasi Konglomerat (*Conglomerate Deversification Strategy*) yaitu menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk para pelanggan baru.
 - 3) Strategi Diversifikasi Horisontal (*Horizontal Deversification Strategy*) yaitu menambah produk atau jasa baru, tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada.
- d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*). Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari

kerugian yang lebih besar yang dapat mengakibatkan kebangkrutan. Tipe strategi ini terdiri dari :

- 1) Strategi Penciutan Biaya (*Retrachment Strategy*) yaitu merestrukturisasi dengan cara mengurangi biaya dan asset agar bisa meningkatkan penjualan dan keuntungan.
- 2) Strategi Penciutan Usaha (*Divestiture Strategy*) yaitu menjual suatu divisi atau bagian dari suatu organisasi.
- 3) Strategi Likuidasi (*Liquidation Strategy*) yaitu menjual asset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai dengan nilainya yang terlihat.

Strategi tersebut juga dapat diterapkan dalam bidang pertanian. Pada usahatani kentang sendiri dibutuhkan strategi pengembangan dan pemasaran untuk mencapai tujuan dan objektifnya, sehingga petani memerlukan strategi yang berbeda-beda untuk dapat digunakan dalam jangka panjang dan dijadikan sebagai pedoman masing-masing petani. Menurut Kotler dan Armstrong (2010), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan dapat mencapai sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut (Tjiptono, 2006). Strategi Pemasaran didasarkan pada analisis petani akan lingkungan usahatani baik internal maupun eksternal petani.

Strategi pengembangan usaha menurut Arifah (2011) adalah upaya mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan

operasional dalam pelaksanaan kegiatan pertanian. Dalam strategi pengembangan usahatani harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek aspek sebagai berikut:

- a. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, di samping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.
- b. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar, bantuan produksi, dan prasarana serta sarana pemasaran. Khususnya, bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana ekonomi yang dasar dan akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan.
- c. Kewirausahaan, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
- d. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.
- e. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

5. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan suatu teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi basis bagi perencanaan strategi. SWOT merupakan singkatan bahasa Inggris yaitu, *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threat* (Ancaman). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*Strategy Planner*)

harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *Strenght* (Kekuatan), *Opportunities* (Peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *Weakness* (Kelemahan) dan *Threat* (Ancaman) (Rangkuti, 2006).

b. Fungsi SWOT

Analisis SWOT berfungsi sebagai pengenalan kekuatan yang dimiliki untuk membantu perusahaan menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru, penilaian yang jujur terhadap kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan. Fungsi analisis SWOT ini adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dilakukan melalui telaah kondisi internal petani serta mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi petani dengan melakukan telaah kondisi eksternal petani (Rangkuti, 2006).

Analisis internal adalah kegiatan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan petani dalam rangka memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Analisis internal sangat berkaitan erat dengan penilaian terhadap sumber daya (Wheelen TL, dan Hunger DJ, 2010). Sebaliknya dikatakan memiliki kelemahan apabila sumber daya dan proses usahatani internal masih kurang dalam mencapai tujuan yang diinginkan sehingga usahatani berjalan ditempat dan kurang berkembang.

Analisis eksternal dilakukannya dengan tujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan dalam usahatani dari berbagai ancaman yang harus dihindari. Analisis eksternal tidak ditujukan untuk mengembangkan daftar lengkap dari setiap faktor yang mungkin (*possible factor*) yang dapat mempengaruhi usahatani, melainkan bertujuan untuk

mengidentifikasi variabel kunci yang menawarkan respons tanggapan (David, 2011).

David (2011) menambahkan bahwa petani harus mampu merespon baik ofensif atau defensif terhadap sebuah faktor dengan merumuskan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal atau yang meminimalkan dampak dari potensi ancaman eksternal. Peluang dan ancaman eksternal ini meliputi berbagai tren dan kejadian ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan hidup, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan kompetitif yang secara nyata menguntungkan, atau merugikan petani di masa yang akan datang (David, 2010). Hasil analisis faktor internal dan eksternal tersebut akan dibuat dalam Matriks SWOT. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Rangkuti, 2006).

6. Analisis QSPM

QSPM (*Quantitative Strategi Planning Matrix*) merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara obyektif berdasarkan faktor-faktor kunci baik internal maupun eksternal yang telah dipertimbangkan pada tahap sebelumnya. QSPM ini merupakan alat yang bersifat intuitif. QSPM merupakan model yang dapat digunakan oleh manajemen dalam penentuan pilihan strategi yang akan dipilih setelah perusahaan melakukan evaluasi internal dan eksternal, sehingga dapat diketahui faktor-faktor mana saja yang memberikan dukungan dan menjadi kendala dalam penerapan QSPM. Keuntungan QSPM adalah dapat dijadikan pedoman bagi manajemen untuk mengikuti perubahan perkembangan yang terjadi setelah adanya *improvement* berkesinambungan yang dijalankan manajemen, sehingga dapat diantisipasi

fenomena-fenomena perubahan yang akan mempengaruhi kondisi internal usahatani.

Suhardi (2011) menambahkan bahwa, manfaat lain dengan memahami QSPM adalah sebagai pembelajaran pemberdayaan petani untuk melakukan perubahan terencana sehubungan dengan kondisi atau ancaman maupun hambatan yang dihadapi perusahaan. Sehingga antisipasi tentang keadaan masa depan dapat diformulasikan berdasarkan input masukan dari hasil *trendwaching* yang dilakukan manajemen.

C. Kerangka Pemikiran

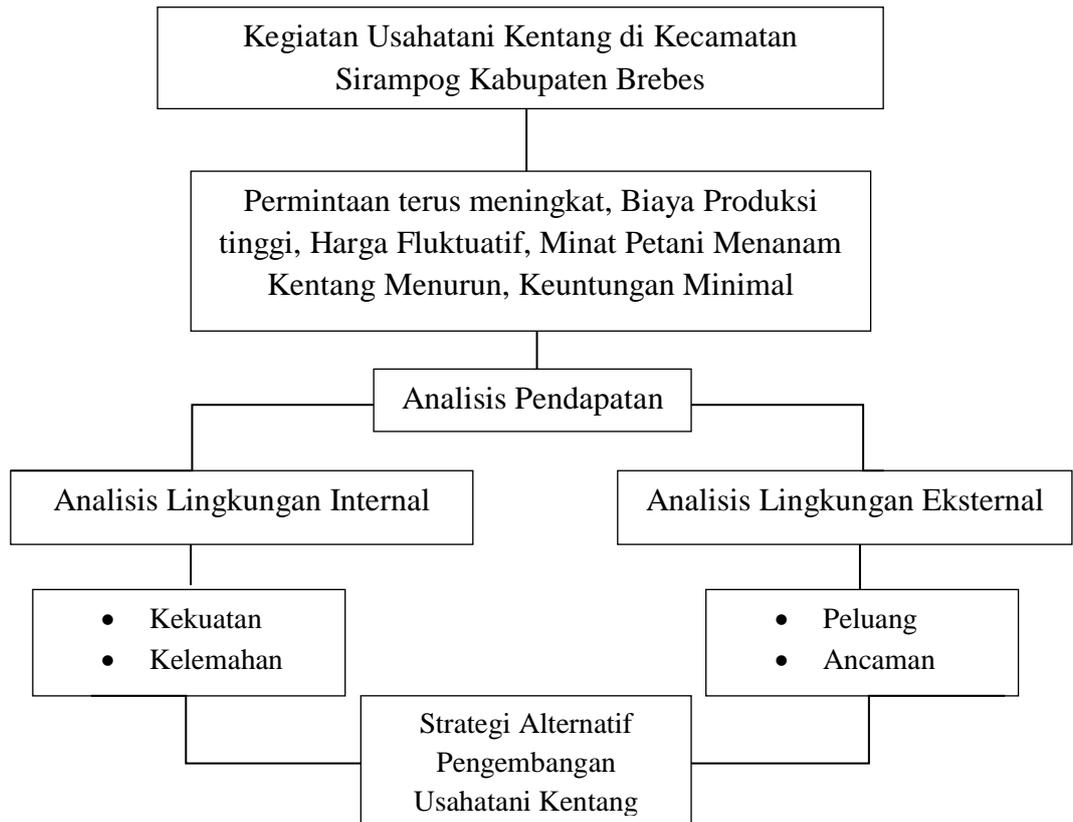
Masalah utama dalam pengembangan kentang di Kecamatan Sirampog adalah produktivitas, saluran pemasaran yang terlalu panjang, dan harga yang fluktuatif. Hal tersebut dapat mempengaruhi menurunnya minat petani untuk menanam kentang yang beralih pada komoditas lainnya. Pada kenyataannya jumlah permintaan kentang mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Meskipun kendala yang dihadapi tersebut, saat ini masih terdapat petani yang menanam kentang. Hanya saja keuntungan yang diperoleh petani tidak optimum.

Berdasarkan fakta di lapangan, pemasaran komoditas kentang di Kecamatan Sirampog dalam pelaksanaannya masih dihadapkan pada berbagai masalah. Upaya untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan penelitian tentang analisis pendapatan dan strategi pengembangan kentang di Kecamatan Sirampog. Analisis pendapatan bertujuan untuk mengetahui apakah usahatani kentang memberikan

keuntungan yang optimum dan analisis untuk merumuskan alternatif kebijakan mengenai pengembangan kentang di Kecamatan Sirampog.

Pengembangan komoditas kentang di Kecamatan Sirampog perlu dilakukan Analisis SWOT dan Analisis QSPM. Pada analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*), faktor yang diteliti mencakup dua hal yaitu analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal. Lingkungan internal tersebut meliputi pendapatan, sumber daya manusia (petani kentang), pemasaran kentang, dan produksi kentang. Sedangkan lingkungan eksternal meliputi pedagang kentang, diversifikasi produk, peran penyuluh dan pemerintah serta faktor lingkungan lainnya.

Lingkungan internal dan eksternal diidentifikasi dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh petani kentang di Kecamatan Sirampog. Analisis tersebut dilakukan untuk memperkuat petani, agar dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan baik serta menghadapi ancaman, sehingga petani dapat meningkatkan produksi kentang dan memperoleh keuntungan yang optimum. Berdasarkan hasil analisis, tahap selanjutnya adalah memasukan faktor internal dan eksternal pada matriks SWOT. Hasil dari matriks SWOT yaitu beberapa alternatif strategi untuk pengembangan kentang di Kecamatan Sirampog. Tahap akhir adalah tahap keputusan perumusan prioritas strategi yang tepat dengan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*). Berdasarkan konsep tersebut maka dapat disusun kerangka teoritis sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Kentang di Kecamatan Sirampog
Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

D. Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya terfokus pada analisis pendapatan petani kentang, analisis SWOT, dan perumusan strategi pengembangan kentang di Kecamatan Sirampog. Kentang yang dijadikan objek penelitian adalah kentang dengan varietas *granola*. Petani yang dijadikan sebagai responden adalah petani kentang non mitra di Kecamatan Sirampog. Pendapatan yang dihitung adalah pendapatan petani selama on farm budidaya kentang, tidak termasuk kegiatan pengolahan pasca panen.