

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KANGKUNG ORGANIK DI KABUPATEN BOGOR

**Raden Sonny Suroyo Junior<sup>1</sup>, Hariyadi<sup>2</sup>, dan Sri Mulatsih<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan, Institut Pertanian Bogor

<sup>2</sup>Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor

<sup>3</sup>Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor  
e-mail : <sup>1</sup>sonnysoero@yahoo.com

### ABSTRACT

*Organic farming was an agricultural farming techniques that rely on natural in without using of synthetic chemicals and organic agricultural farming was have provided health agricultural products, especially food that was safed for the health and consumers does not damage the environment. Based conventional farming systems such as the high energy input of chemical fertilizers and pesticides can damage and lower productivity of the soil. Soil degradation and environment damage destruction is the massive impact of the green revolution program in the 1980s. A combination of Internal factors (IFE) and external (EFE) matrix produces IE (Internal-External). SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) of the organic farming water spinach in Bogor regency. Learning the best strategies in the analysis with Matrix QSP (Quantitative Strategic Planning). Based on the analysis of the activity of farming and the analysis of income from 500 m<sup>2</sup> in 1 year only farmers have sold water spinach in market organic until 1,728 kg price of products 6.000 IDR and 2,472 kg had sold in traditional market at a price of 2.500 IDR. However, this shows that the farming of organic water spinach has financially profitable enough and will be more profitable when the entire water spinach can had been sold to the organic market. The results of the analysis of strategies using IE Matrix, SWOT Matrix and QPS Matrix acquired three most important strategies to be implemented: 1) "Strengthen and improve farm management institutions" (TAS value = 6.87); 2) Developing of human resources in the post-harvest handling (TAS value = 5.85); and 3) Extend the market network (TAS value = 5.63).*

**Keywords:** Environment Damage, Quantitive Strategy Planing, Developing Strategy, SWOT.

### PENDAHULUAN

Sistem pertanian konvensional berbasis *high input energy* seperti pupuk kimia dan pestisida dapat merusak tanah yang akhirnya dapat menurunkan produktifitas tanah. Menurunnya kesuburan tanah dan kerusakan lingkungan merupakan dampak masif dari program revolusi hijau pada tahun 1980an. Pada tahun tersebut pemerintah menggalakan pemakaian pupuk dan pestisida kimia untuk peningkatan produktivitas secara cepat namun tidak terkendali.

Sistem pertanian konvensional memang telah terbukti mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara global, khususnya di bidang pertanian. Namun dibalik keberhasilan tersebut, sistem pertanian konvensional tidak terlepas dari resiko negatif. Menurut Notohadiningrat (2006) beberapa dampak negatif dari sistem pertanian

konvensional, yaitu a) Pencemaran air tanah dan air permukaan oleh bahan kimia pertanian dan sedimen; b) Ancaman bahaya bagi kesehatan manusia dan hewan, baik karena pestisida maupun bahan aditif pakan; c) Pengaruh negatif aditif senyawa kimia pertanian tersebut pada mutu dan kesehatan makanan, Penurunan keanekaragaman hayati termasuk sumber genetik flora dan fauna; d) Perusakan dan pembunuhan satwa liar, lebah madu, dan jasad berguna lainnya; e) Peningkatan daya tahan organisme pengganggu terhadap pestisida; f) Penurunan daya produktivitas lahan karena erosi, pemadatan lahan, dan berkurangnya bahan organik; g) Ketergantungan yang semakin kuat terhadap sumberdaya alam tidak terbarui; dan h) Munculnya resiko kesehatan dan keamanan manusia pelaku pekerjaan pertanian.

Budidaya berwawasan lingkungan adalah suatu budidaya pertanian yang direncanakan dan dilaksanakan dengan memperhatikan sifat-sifat, kondisi dan kelestarian lingkungan hidup, dengan demikian sumberdaya alam dalam lingkungan hidup dapat dimanfaatkan sebaik mungkin sehingga kerusakan dan kemunduran lingkungan dapat dihindarkan dan melestarikan daya guna sumberdaya alam dan lingkungan hidup. Menurut Prasetya (2010) pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis dan Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumen serta tidak merusak lingkungan. Penggunaan pupuk kimia secara terus menerus akan berdampak negatif terhadap produktivitas tanah. Karena itu, memupuk tanaman lebih dianjurkan menggunakan pupuk organik. Irawati dan Salamah (2013) menjelaskan bahwa Pupuk organik dapat berupa kompos, pupuk kandang, pupuk hijau serta pupuk organik cair dan untuk bahan baku pupuk organik sangat mudah diperoleh karena memanfaatkan sampah organik yang berada disekitar lingkungan dan Penggunaan pestisida sintesis pada tumbuhan dapat menimbulkan masalah kesehatan dan pencemaran lingkungan (Khalimi dan Khamdan, 2010)

Tanaman hasil pertanian organik tidak hanya menyehatkan tubuh tetapi juga berkhasiat dalam menyembuhkan semua penyakit. Mengonsumsi sayuran bebas dari pestisida kimia, kekebalan tubuh akan meningkat dan terbebas dari zat-zat beracun. Tingginya permintaan pertanian organik di negara-negara maju dipicu oleh menguatnya kesadaran lingkungan dan gaya hidup alami dari masyarakat (Jun, *et al.*, 2010). Sayur organik tidak menggunakan pupuk dan pestisida kimiawi. Dengan harga jual tinggi, memberikan peluang bagi petani untuk meningkatkan pendapatannya (Primingtyas, *et al.*, 2013) dan sistem budidaya sayuran

tanpa pestisida dan pupuk kimia banyak dicari oleh para konsumen yang memang sangat peduli akan kesehatannya. Minat masyarakat untuk mengkonsumsi sayuran organik saat ini sangat tinggi meskipun harga di pasaran lebih mahal daripada sayuran non organik (Naibahao, 2009). Gaya hidup sehat pada masyarakat saat ini mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman untuk dikonsumsi serta ramah akan lingkungan. Hal tersebut dapat didukung dengan perkembangan teknologi pertanian organik. (Prima, 2014) dan Pemasaran yang berbasis pada kelestarian lingkungan merupakan sebuah pengembangan baru dalam dunia pemasaran, dan merupakan sebuah peluang yang sangat strategis dan potensial yang akan memiliki keuntungan ganda bagi para pelaku bisnis dan juga masyarakat sebagai konsumen (Effendi, 2014)

Menurut Sutanto (2012) usaha tani sayuran organik hanya bisa berkembang bila didukung oleh adanya konsumen yang mampu membelinya yang akan mendorong petani untuk semakin bergairah menanam sayuran organik. Sayangnya perkembangan konsumsi sayuran organik di masyarakat masih sangat terbatas dan biasanya hanya dilakukan oleh lapisan masyarakat tertentu yang sadar akan kesehatan dan kelestarian lingkungan hidup. Kendala yang sering dihadapi diantaranya adalah, harga sayuran organik yang relatif lebih mahal serta tempat penjualannya yang masih terbatas di tempat-tempat tertentu dikarenakan terfokus pada segmentasi pasar seperti pasar modern dan pasar tradisional sehingga sulit terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dan hanya konsumen menengah keatas saja yang banyak meminati sayuran organik, Hal itu juga didukung oleh putra *et al.*, (2015) bahwa sulitnya mendapatkan pelanggan di pasar tradisional karena lebih mahalnya sayur organik dari pada non-organik. Tren hidup sehat kebanyakan baru di sadari oleh kalangan menengah keatas sehingga produk-produk pertanian organik masih tersegmentasi. Menurut Maswadi (2012) bahwa pem-

belian produk sayuran organik oleh konsumen dipengaruhi secara nyata oleh faktor kepribadian yang terdiri atas keadaan ekonomi, gaya hidup dan konsep diri terhadap pembelian produk sayuran organik.

Devi dan Hartono (2015) menambahkan bahwa semakin tinggi jumlah pendapatan keluarga, tingkat pendidikan formal, intensitas berhubungan dengan kelompok acuan, dan motivasi pembelian, maka semakin tinggi pula peluang konsumen untuk membeli sayuran organik. Faktor promosi serta lokasi berpengaruh positif namun tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik (Suardika, *et.al.*, 2014). Untuk mendukung pertanian sayuran organik, orientasi utama adalah membuka akses pasar untuk sayuran organik di pasar domestik, maupun internasional, melalui penyediaan sarana produksi pertanian (saprotan), termasuk pengolahan sayuran organik, bantuan finansial/permodalan bagi poktan, berupa subsidi harga benih, pupuk, dan alat-alat pertanian. Akses pasar bagi petani sayuran organik masih belum terbuka sepenuhnya, maka diperlukan kerja sama kemitraan yang saling menguntungkan antara pengusaha dan petani sayuran organik yang difasilitasi oleh pihak lain seperti Kementerian Pertanian, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya masyarakat (Hubeis, *et.al.* 2013).

Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah penghasil berbagai tanaman pangan termasuk sayur kangkung bahkan jumlahnya terbesar di Jawa Barat. Hingga tahun 2015 jumlah produksi kangkung lebih mendominasi dibandingkan sayuran lainnya (Tabel 1). Meskipun pertanian organik bagus secara lingkungan dan baik untuk kesehatan namun belum banyak petani di Kabupaten Bogor yang menerapkan pertanian organik, berdasarkan survei Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) yang telah dilaksanakan pada tahun 2014 salah satunya di Jawa Barat menunjukkan rata-rata 40 persen adanya peningkatan masyarakat yang mengkonsumsi produk organik dari tahun 2013. Dengan adanya peningkatan masya-

rakat yang mengkonsumsi produk organik ini berdampak positif terhadap peluang bisnis usaha kangkung organik. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis pendapatan usahatani dan analisis strategi untuk menghasilkan rekomendasi strategi pengembangan usahatani kangkung organik.

## TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Melakukan analisis pendapatan usahatani kangkung organik
2. Melakukan analisis strategi pengembangan usahatani kangkung organik

Berdasarkan survei pasar yang dilakukan penulis bahwa bangkung organik memiliki harga yang lebih tinggi dibanding konvensional. Akan tetapi terbatasnya kemampuan menjual kangkung organik ke pasar organik menjadikan pendapatan usahatani kangkung organik tidak optimal, sehingga diperlukan suatu langkah strategis untuk mengoptimalkan penjualan kangkung organik tersebut. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dilakukan analisis strategi pengembangan usahatani kangkung organik dengan alat analisis IE, SWOT dan QPM. Gambar 1 merupakan kerangka penelitian yang dilaksanakan.

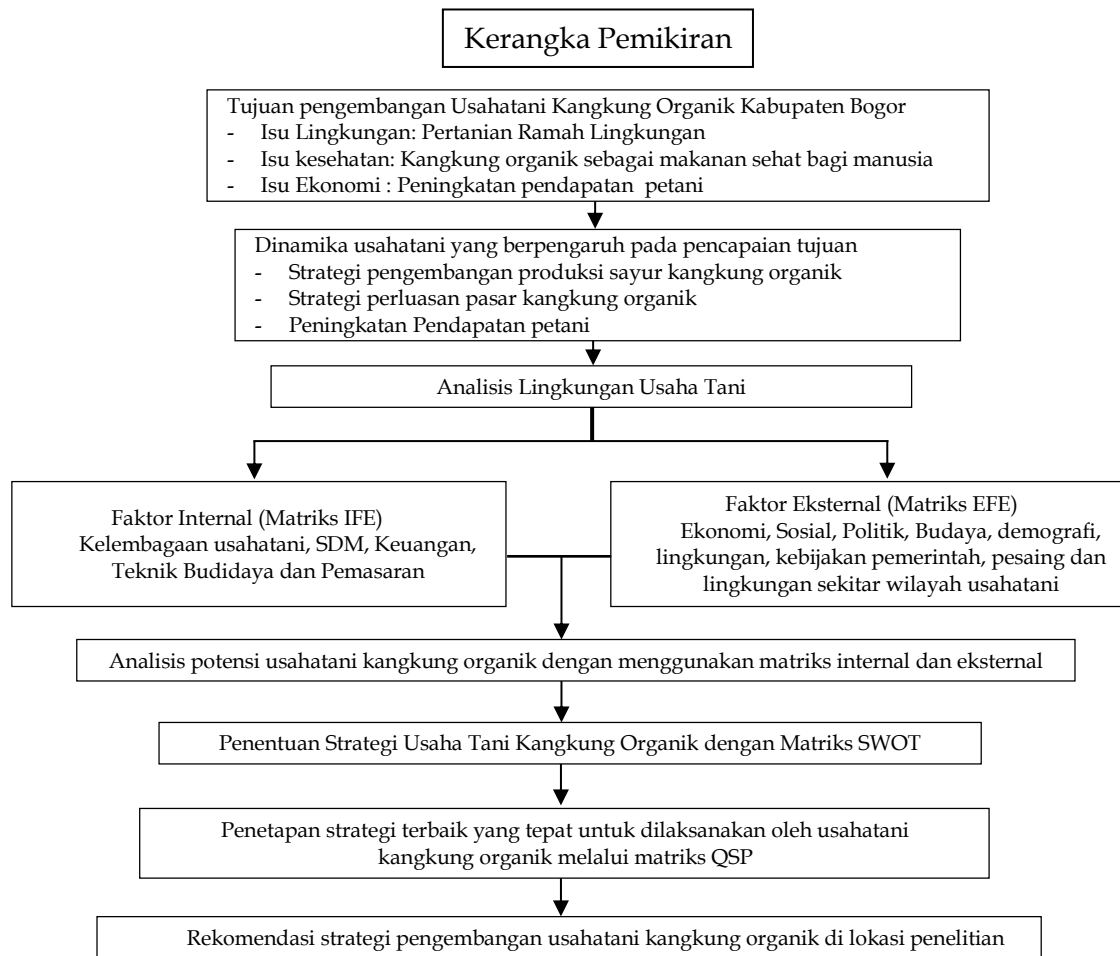
## METODE PENELITIAN

### LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Lokasi penelitian di lima Kecamatan di Kabupaten Bogor, yakni: Kecamatan Ciampea, Cibungbulang, Dramaga, Leuwiliang, dan Pamijahan. Seluruh Kecamatan tersebut berada di wilayah pemerintahan Kabupaten Bogor. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan November sampai dengan Desember tahun 2015.

### JENIS DAN SUMBER DATA

Pada penelitian ini digunakan 2 jenis sumber data, yaitu data primer dan data



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui survei dan wawancara baik kepada petani kangkung organik

## ANALISIS PENELITIAN

### Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2004) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data yang terkumpul diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat untuk kepentingan analisis pendapatan dan analisis pengembangan strategi usahatani kangkung

organik sebagaimana tujuan yang sudah ditentukan

### Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan penghitungan dan pengukuran angka-angka yang diproses untuk dapat memperoleh presentase yang telah diklasifikasikan untuk memperoleh data unit (Arikunto, 2006). Analisis kuantitatif dalam penelitian ini diantaranya dilakukan untuk melakukan perhitungan secara matematis terhadap tingkat pendapatan petani.

### Analisis Biaya

Analisis biaya bertujuan untuk mengetahui tingkat biaya yang dikeluarkan oleh dalam usahatani kangkung. Menurut Lambajang (2013), biaya merupakan suatu

pengorbanan sumberdaya ekonomi untuk mencapai tujuan tertentu yang bermanfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.

Rumus total biaya adalah sebagai berikut (Soedarsono, 1992):

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC (*Total Cost*) = Total biaya

TFC (*Total Fixed Cost*) = Total biaya tetap

TVC (*Total Variable Cost*) = Total biaya variabel

### Analisis Penerimaan dan Pendapatan

Untuk mengetahui penerimaan dan pendapatan usahatani menurut Kadariah (1999) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$TR = P.Q$$

Keterangan:

TR = Total Pendapatan (*Total Revenue*)

P = Harga (*Prices*)

Q = Jumlah Produksi (*Quantity*)

Adapun untuk menghitung pendapatan, dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$P = TR - TC$$

Keterangan:

P = Keuntungan (*Profit*)

TR = Total Pendapatan (*Total Revenue*)

TC = Total Biaya (*Total Cost*)

### Analisis Strategi Pengembangan

Strategi Pengembangan kangkung organik dilakukan dengan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan QSP (Quantitative Strategic Planning) melalui beberapa tahapan yaitu Tahap Pengumpulan Data Eksternal dan Internal, Tahap Penyusunan Matriks I-E, Tahap Analisis dan Tahap Pengambilan Keputusan.

#### Tahap Pengumpulan Data Eksternal dan Internal

Pada tahap ini, pengumpulan data eksternal dan internal dilakukan untuk

keperluan pengklasifikasian dan pra analisis dalam penentuan strategi pengembangan usahatani kangkung organik. Selanjutnya dilakukan identifikasi data internal dan eksternal usahatani kangkung yang diformulasikan dalam Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dan *Internal Factor Evaluation* (IFE).

#### Tahap Penyusunan Matriks I-E

Matriks I-E digunakan untuk memperoleh strategi bisnis di usahatani kangkung organik yang lebih detail dengan menggunakan kekuatan internal usahatani dan pengaruh eksternal yang dihadapi sebagai parameter. Matriks I-E didasarkan pada dua dimensi kunci : total nilai IFE yang diberi bobot pada sumbu- x dan total nilai EFE yang diberi bobot pada sumbu-y. Pada sumbu-x Matriks I-E, total nilai IFE yang diberi bobot dari 1.0 sampai 1.99 menunjukkan posisi internal yang lemah; 44 nilai dari 2.0 sampai 2.99 dianggap sedang; dan nilai 3.0 sampai 4.0 kuat. Demikian pula pada sumbu-y, total nilai EFE yang diberi bobot 1.0 sampai 1.99 dianggap rendah; nilai 2.0 sampai 2.99 sedang; dan 3.0 sampai 4.0 tinggi. Diagram tersebut dapat mengidentifikasi sembilan strategi usahatani yang dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

- 1) Sel I, II dan IV disebut strategi tumbuh dan bina. Strategi yang cocok adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang ke depan dan integrasi horisontal).
- 2) Sel III, V dan VII disebut strategi Pertahankan dan Pelihara. Penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang banyak dilakukan apabila perusahaan berada dalam sel ini.
- 3) Sel VI, VIII dan IX disebut strategi Panen dan Divestasi.

#### Tahap Analisis

Alat analisis penetapan strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Dalam analisis SWOT, dilakukan penentuan kekuatan utama, kelemahan dominan, peluang penting, dan ancaman serius yang dimiliki oleh masing-masing kelompok responden. Selanjutnya Matriks ini akan memformulasikan beberapa strategi yaitu :

Strategi Kekuatan-Peluang (S-O strategies) Strategi Kelemahan-Peluang (W-O strategies)

Strategi Kelemahan-Ancaman (W-T strategies) Strategi Kekuatan Ancaman (S-T strategies).

### Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap terakhir adalah tahap pengambilan keputusan. Setelah berhasil mengembangkan sejumlah alternatif strategi, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi terbaik, yang paling cocok dengan kondisi internal perusahaan serta lingkungan eksternal. Untuk itu alat analisis yang dapat digunakan adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

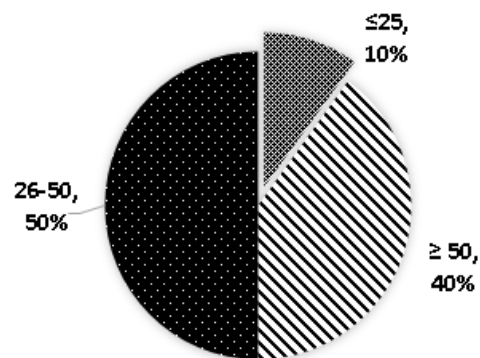
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

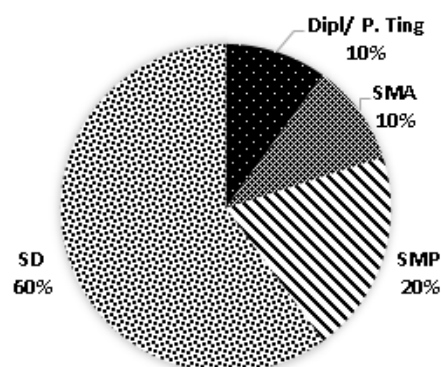
Karakteristik petani adalah ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh petani yang ditampilkan melalui pola pikir, pola sikap dan pola tindakan terhadap lingkungannya. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini adalah berdasarkan usia responden, pendidikan format, pendidikan informal serta keaktifan responden dalam kelembagaan pertanian yang ada. Uraian karakteristik responden dapat dilihat pada Gambar 2 hingga Gambar 5.

Usia responden mayoritas berada pada usia 26 - 50 tahun sebanyak 50 persen. Berikutnya pendidikan formal menjadi hal penting bagi petani dalam menerima dan mengadopsi teknologi. Adapun tingkat pendidikan didominasi oleh petani dengan pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD).

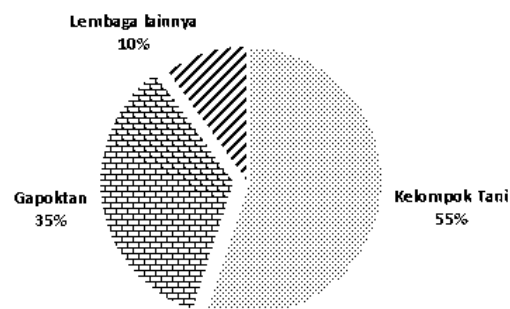
Sementara itu responden yang telah mengikuti pendidikan non formal terbanyak sebesar 28 persen telah mengikuti penyuluhan yang dilakukan oleh lembaga pertanian yang ada. Para petani organik juga aktif mengikuti kegiatan kelembagaan petani. Kelembagaan yang diikuti petani adalah Kelompok Tani, Gabungan Kelompok Tani dan SPI. Namun terbanyak sebesar 55 persen aktif di kelompok tani.



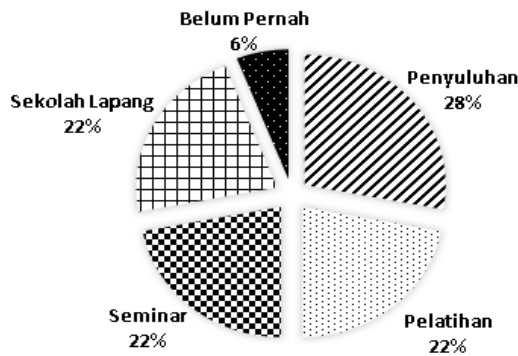
Gambar 2. Responden Berdasarkan Usia



Gambar 3. Responden Berdasarkan Pendidikan Formal



Gambar 4. Responden Berdasarkan Pendidikan Non Formal



**Gambar 5. Responden Berdasar Aktifitas Kelembagaan**

### BUDIDAYA KANGKUNG ORGANIK

Aktivitas usahatani merupakan kegiatan mulai dari persiapan benih, persiapan lahan, pemupukan lahan, penanaman, perawatan hingga pemanenan. Pada umumnya aktivitas usahatani dilakukan oleh para petani dimulai pagi hari sekitar pukul 06.00 WIB sampai dengan pukul 11.00 WIB dan sore hari pukul 16.00 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB. Tabel 2 adalah aktifitas usahatani kangkung organik di lokasi penelitian. Wawasan yang diperoleh melalui berbagai pelatihan memberikan pengaruh terhadap teknik usahatani yang dilakukan. Kegiatan pelatihan yang dilakukan dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan petani dalam hal budidaya sayuran organik dan peng-

dalian hama terpadu serta cara pembuatan dan aplikasi pupuk organik dan pestisida nabati (Novalina, *et.al.*, 2013). Meskipun diperlukan penyesuaian pertumbuhan kangkung melalui budidaya konvensional ke organik, namun menurut Edi (2014) bahwa pupuk organik menunjukkan pengaruh secara nyata terhadap pertumbuhan dan produksi tanaman kangkung yang lebih besar dibandingkan konvensional.

### TINGKAT BIAYA DAN PENDAPATAN USAHATANI KANGKUNG ORGANIK

#### Biaya Usahatani Kangkung Organik

Besaran biaya usahatani akan memberikan pengaruh terbalik terhadap tingkat pendapatan, oleh karenanya efisiensi terhadap biaya harus dilakukan tanpa harus mengurangi kualitas produksi yang dilakukan dan biaya total merupakan penjumlahan dari biaya variabel/ *variable cost* (VC) dengan biaya tetap/ *fixed cost* (FC). Tabel 3 menunjukkan besaran biaya rata-rata yang dikeluarkan dalam usahatani kangkung organik. Perhitungan biaya usahatani kangkung organik berdasarkan biaya rata-rata dari 20 responden petani yang kemudian dikonversi pada luasan 500 m<sup>2</sup>. Pengkonversian ini dilakukan untuk mempermudah perhitungan berikutnya.

**Tabel 1. Aktifitas Usahatani Kangkung Organik**

Persiapan benih	Persiapan Lahan	Pemupukan lahan	Penanaman	Perawatan	Pemanenan
Penyediaan Benih tersertifikasi dan diproduksi oleh lembaga terpercaya.	Penggemburan dan Pembedengan Ukuran bedeng 1000 x 80 cm; jarak antar bedeng 20 cm berfungsi sebagai saluran drainase dan jalan untuk pemeliharaan dan pemanenan	Setelah digemburkan, tanah diberi pupuk kandang. Biasanya digunakan pupuk kandang kotoran ayam.	Penanaman tidak dengan cara ditebar tetapi dibuat lobang tanam 10x5 cm.	Penyiraman; dilakukan setiap pagi dan sore hari kecuali hujan Penanganan Gulma dilakukan manual Penanganan Hama dengan penyemprotan pestisida organik yang dibuat oleh petani.	Panen di usia 20-24 hari Panen dilakukan dgn cara dicabut dengan akar (bukan dipotong). Sortasi dilakukan berdasarkan kecerahan warna daun, ukuran batang, kondisi batang dan daun (sobek atau utuh)

**Tabel 3. Biaya Rata-Rata Kangkung Organik per Januari - Desember 2015 pada Luasan 500 m<sup>2</sup>**

No	Uraian	Biaya rata-rata (Rp/thn)
1	Biaya tetap/ <i>Fixed Cost</i> (FC)	
	Pajak (Rp/ thn)	58.300
	Penyusutan (Rp/ thn)	49.500
	<b>Jumlah Biaya Tetap (FC)</b>	<b>107.800</b>
2	Biaya Variabel/ <i>Variable Cost</i> (VC)	
	Benih	1.278.290
	Pupuk organik	2.990.770
	Pestisida organik	42.179
	Tenaga Kerja	893.014
	Transportasi	451.920
	<b>Jumlah Biaya Variabel (VC)</b>	<b>5.656.173</b>
	Total/ Total Cost(FC + VC)	5.763.973
	Biaya total per meter persegi	11.528

Kemampuan petani menjual hasil panen kangkung organik masih tergolong rendah. Jika dirata-ratakan maka kangkung organik yang terjual sebanyak 18 kilogram per petani dalam setiap 1 kali penjualan. Adapun jumlah penjualan kangkung organik dalam 1 bulannya sebanyak 8 kali. Sehingga dalam 1 tahun setiap petani hanya mampu menjual kangkung organik sebesar 1.728 kilogram (18 kg x 8 kali kirim/ bulan x 12 bulan). Sementara sisanya dijual ke pasar tradisional. Tabel 4 menunjukkan rata-rata tingkat pendapatan petani kangkung organik di wilayah penelitian pada lahan seluas 500m<sup>2</sup>.

Panen dalam 12 kali dengan tetap memperhatikan selang budidaya yang memutuskan rantai hama yang dikhawatirkan menyerang tanaman kangkung. 500 m<sup>2</sup> setiap petani terdiri dari 50 bedeng rata-rata menghasilkan 10 kg tiap sekali panen dalam jangka waktu satu tahun. Hasil panen disortir rata-rata

sekitar 30% dari jumlah panen atau sebanyak 36.000 kg (20 x 6000kg x 30%) karena kemampuan petani dalam menjual organik dalam 1 bulan hanya 1.728 kg, maka sisa sebanyak 2.472 kg (4.200 kg - 1.728 kg) dijual ke pasar tradisional Rp. 2.500 s.d Rp. 3.000 per kilogram.

Jumlah penerimaan merupakan jumlah dari penerimaan dari pasar organik dan pasar tradisional yaitu Rp 10.368.000 + Rp 6.180.000 = Rp 16.548.000. Adapun pendapatan adalah pengurangan atas jumlah penerimaan terhadap jumlah biaya yang dikeluarkan yaitu Rp 16.548.000 - Rp 5.763.973 = Rp10.784.027 Kangkung organik yang tidak terserap oleh pasar organik terpaksa dijual ke pasar tradisional dengan harga Rp 2.500 per kilogram. Padahal jika seluruh hasil panen dapat diserap di pasar organik maka dapat terjual dengan harga Rp 6.000 per kilogram.

**Tabel 4. Tingkat Penerimaan dan Pendapatan Rata-Rata Usahatani Kangkung Organik Luasan 500 m<sup>2</sup>**

No	Uraian	Jumlah
1	Jumlah Panen Sebelum Sortasi (Kg/ thn) (*)	(50 bedeng x 10 kg x 12 kali panen)
2	Jumlah tersortasi (Kg/thn) (**)	(6.000 kg x 30%)
3	Jumlah panen bersih (Kg/thn)	(6.000 kg - 1.800 kg)
4	Yang terjual ke Pasar organik (Kg/ thn)	(18 kg x 8 kali/bln x12 bln)
5	Yang dijual ke Pasar tradisional (Kg/thn)	(4.200 kg - 1.728 kg)
6	Penerimaan dari pasar organik	(1.728 kg x Rp 6.000)
7	Penerimaan dari pasar tradisional	(2.472 kg x Rp 2.500)
8	Jumlah Penerimaan (Rp/ thn)	(Rp10.368.000 +Rp 6.180.000)
	Pendapatan (Rp/ thn)	Rp16.548.000- Rp 5.763.973

Data: Hasil Wawancara Bulan November - Desember 2015



**Tabel 5. Matriks IFE Usahatani Kangkung Organik**

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>KEKUATAN</b>			
a. Kemampuan teknis budidaya cukup	0,056	4	0,22
b. Partisipasi dalam kelembagaan tani	0,070	4	0,28
c. Produk berkualitas	0,056	3	0,17
d. Sistem pendistribusian efektif	0,064	4	0,25
e. Lokasi kebun strategis/ mudah dijangkau	0,076	3	0,23
f. Diawasi oleh tenaga ahli	0,070	3	0,21
g. Pendapatan bersih/ Keuntungan besar	0,054	3	0,16
<b>KELEMAHAN</b>			
a. Sertifikasi masih menginduk ke Mitra	0,057	1,67	0,09
b. Teknologi budidaya masih sederhana	0,069	2	0,14
c. Belum melakukan penetrasi pasar secara luas	0,051	2	0,10
d. Kemampuan menjual masih rendah	0,051	1	0,05
e. Kemampuan pasca panen dan <i>branding</i> rendah	0,054	1	0,05
f. Peran lembaga tani masih sebatas forum Informasi	0,052	1	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>1,000</b>		<b>2,74</b>

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KANGKUNG ORGANIK**

**Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)**

Informasi yang digunakan untuk menyusun matriks ini merupakan faktor-faktor kelemahan dan kekuatan usahatani kangkung organik di wilayah penelitian. Setiap faktor selanjutnya dilakukan pembobotan dan peratingan. Pembobotan dilakukan dengan metode *paired comparison* yaitu dengan cara membandingkan setiap faktor kunci untuk mengetahui tingkat kepentingan dari faktor-faktor lainnya bagi usahatani. Adapun

responden yang mengisi kuesioner untuk melakukan pembobotan dan peratingan adalah pertama ketua kelompok tani yang telah banyak menangani masalah teknis budidaya; Kedua Dewan Pakar Pemuda Tani Indonesia yang banyak memahami tentang kelembagaan pertanian organik di Indonesia termasuk di Kabupaten Bogor dan Ketiga Ketua Umum Pasar Organik Produk Indonesia banyak memahami tentang kondisi pemasaran produk sayuran organik di Indonesia. Hasil pembobotan dan peratingan dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 6. Matriks EFE Usahatani Kangkung Organik**

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>PELUANG</b>			
a. Pangsa pasar luas	0,073	3,67	0,27
b. Meningkatnya kesadaran gaya hidup sehat	0,061	3,67	0,22
c. Adanya perhatian pemerintah melalui Permentan Organik	0,068	3,67	0,25
d. Kondisi lingkungan masyarakat yang mendukung	0,069	4,00	0,28
e. Mitra memberikan pengawasan mutu	0,065	4,00	0,26
f. Harga penjualan tinggi	0,059	3,33	0,20
g. Ketersediaan bahan input (pupuk Organik) memadai	0,057	3	0,17
h. Ketersediaan bahan input (pestisida Organik) memadai	0,066	3	0,20
i. Ketersediaan benih memadai	0,054	3	0,16
<b>ANCAMAN</b>			
a. Cuaca tidak menentu	0,105	4,00	0,21
b. Serangan hama penyakit	0,052	4,00	0,31
c. Program pemerintah seperti Go Organik 2010 belum terealisasi	0,077	4,00	0,38
d. Fluktuasi harga bahan input	0,095	4,00	0,25
e. Banyak pesaing	0,083	3,00	0,26
f. Peluang masuknya pendatang baru	0,086	3,00	0,33
g. Persepsi masyarakat terkait harga organik yang mahal	0,090	3,67	0,15
h. Hambatan masuk ( <i>Barrier to Entry</i> ) ke pasar modern tinggi	0,077	2,00	
<b>TOTAL</b>	<b>1,000</b>		<b>3,58</b>

		Total Skor IFE (2,74)		
		4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah 1,0
Total Skor EFE (3,58)	Tinggi 3,0	I	<b>II</b>	III
	Sedang 2,0	IV	V	VI
	Rendah 1,0	VIII	VIII	IX

Gambar 6. Matriks I-E (Internal - Eksternal)

**Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)**

Analisis matriks EFE yang diperoleh nilai total indeks kumulatif sebesar 3,58. Nilai terbesar berdasarkan faktor peluang adalah kondisi lingkungan masyarakat sekitar yang baik sebesar 0,28. Adapun faktor ancaman dengan skor terbesar yaitu cuaca yang tidak menentu sebesar 0,42. Matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 6.

**Matriks IE (Internal -External)**

Matriks IE merupakan analisis melalui perpaduan antara faktor internal (IFE) dan internal (EFE) yang dihasilkan sebelumnya

(Gambar 6). Nilai total rata-rata IFE sebesar 2,74 dan nilai total rata-rata EFE sebesar 3,58 mendudukan kondisi ini pada sel II dalam matriks IE. Pada posisi ini menunjukkan bahwa usahatani kangkung organik di lokasi penelitian masih dalam tahap tumbuh dan diperlukan pembinaan untuk dapat terus berkembang.

**Matriks SWOT**

Berbeda dengan matriks IE, pada matriks SWOT tidak melakukan pendekatan skor namun dengan memformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor internal dan

Tabel 7. Strategi Pengembangan Usahatani Kangkung Organik Berdasarkan Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan/strengths (S)	Kelemahan/weaknesses (W)
		a. Kemampuan teknis budidaya cukup b. Partisipasi dalam kelembagaan tani c. Produk berkualitas d. Harga penjualan tinggi e. Sistem pendistribusian efektif f. Lokasi kebun strategis/mudah dijangkau g. Diawasi oleh tenaga ahli h. Ketersediaan bahan input (pupuk Organik) memadai i. Ketersediaan bahan input (pestisida Organik) memadai j. Ketersediaan benih memadai k. Pendapatan bersih/Keuntungan besar
Peluang/opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
a. Pangsa pasar luas b. Meningkatnya kesadaran gaya hidup sehat c. Adanya perhatian pemerintah melalui Permentan Organik d. Kondisi lingkungan masyarakat baik e. Mitra memberikan pengawasan mutu	1. Perluas jaringan pasar 2. Meningkatnya kualitas produk organik dengan tetap menjaga tingkat pendapatan sebelumnya	5. Perkuat dan perbaiki manajemen lembaga tani yang ada untuk kepentingan kolektif 6. Bangun kerjasama dengan <i>eksternal stakeholder</i> untuk mendapat bantuan permodalan
Ancaman/Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
a. Cuaca tidak menentu b. Serangan hama penyakit c. Program pemerintah seperti Go Organik 2010 belum terealisasi d. Fluktuasi harga bahan input e. Banyak pesaing f. Peluang masuknya pendatang baru g. Persepsi masyarakat terkait harga organik yang mahal h. Hambatan masuk ( <i>Barrier to Entry</i> ) ke pasar modern tinggi	3. Melakukan langkah pencegahan dampak dan adaptasi 4. Penggunaan benih yang sudah tersertifikasi	5. Menjaga konsistensi mutu usahatani kangkung organik 6. peningkatan SDM melalui pelatihan-pelatihan 7. Tingkatkan promosi dengan menggunakan media promosi yang tepat.

eksternal. Berdasarkan matriks SWOT diperoleh sembilan strategi yang dapat dijalankan oleh usahatani (Tabel 7)

### Matriks *Quantitative Strategic Planning* (QSP)

Alternatif strategi QSP diperoleh berdasarkan matriks SWOT dan matriks IE yang telah memberikan bobot terhadap setiap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usahatani kangkung organik di lokasi penelitian. Sebagaimana halnya berbagai alat perumusan strategi lainnya, QSPM juga membutuhkan penilaian intuitif yang baik.

Matriks QSP menghitung nilai AS (*Attractiveness Score*/nilai daya tarik) dan TAS (*Total Attractiveness Score*/Total Nilai Daya Tarik). Nilai AS menunjukkan daya tarik masing-masing strategi terhadap faktor kunci yang dimiliki dan sudah dilakukan pembobotan pada analisis IE sebelumnya. Adapun nilai TAS diperoleh dari perkalian antara bobot faktor kunci dengan nilai AS yang diperoleh (Lampiran 1).

Responden yang dipilih adalah Ketua Kajian Organik di Perhimpunan Sarjana Pertanian Indonesia yang memiliki perhatian besar terhadap kajian organik terutama dalam hal kelembagaan pertanian organik di berbagai daerah. Berdasarkan hasil penilaian matriks QSP pada **Tabel 9**, maka dari kesembilan strategi berdasarkan matriks SWOT, diperoleh urutan strategi mulai dari nilai TAS tertinggi hingga nilai TAS terendah. Urutan strategi tersebut:

1. "Perkuat dan perbaiki manajemen lembaga tani yang ada untuk pengembangan produk" dengan nilai TAS **6,87**
2. "Peningkatan SDM melalui pelatihan-pelatihan" dengan nilai TAS **5,85**
3. "Perluas jaringan pasar" dengan nilai TAS **5,63**
4. "Bangun kerjasama dengan eksternal stakeholder untuk meningkatkan permodalan" dengan TAS **5,61**
5. "Menjaga konsistensi mutu usahatani kangkung organik" dengan nilai TAS **5,52**

6. "Turunkan harga jual dengan tetap menjaga tingkat pendapatan sebelumnya" dengan nilai TAS **5,44**
7. "Tingkatkan promosi dengan gunakan media promosi yang tepat" dengan nilai TAS **5,52**
8. "Penggunaan bibit unggul" dengan nilai TAS **5,04**
9. "Melakukan langkah pencegahan dampak dan adaptasi" dengan nilai TAS **3,65**

## SIMPULAN

1. Berdasarkan Matriks IE yang merupakan analisis perpaduan antara faktor internal (IFE) dan internal (EFE) menghasilkan Nilai total rata-rata IFE sebesar 2,74 dan nilai total rata-rata EFE sebesar 3,58 yang artinya mendudukan kondisi ini pada sel II. Pada posisi ini menunjukkan bahwa usahatani kangkung organik di lokasi penelitian masih dalam tahap tumbuh dan masih banyak diperlukan pembinaan untuk dapat terus berkembang.
2. Berdasarkan Matriks SWOT dan Matriks QSP untuk pengembangan usahatani kangkung organik diperlu adanya langkah tepat dan strategis yang harus dijalankan maka diperoleh 3 strategi teratas yaitu:
  - a. "Perkuat dan perbaiki manajemen lembaga tani yang ada untuk kepentingan kolektif" dengan nilai TAS **6,87**
  - b. "Peningkatan SDM melalui pelatihan-pelatihan" dengan nilai TAS **5,85**
  - c. "Perluas jaringan pasar" dengan nilai TAS **5,63**

## SARAN

1. Pengembangan kangkung organik sangat tergantung dengan kemampuan lembaga tani melakukan langkah-langkah cepat dan strategis untuk kepentingan para petani sebagai anggotanya. Lembaga tani memegang peranan penting dalam peningkatan SDM petani, Optimalisasi Produksi dan melakukan promosi serta membangun kontrak kerjasama dengan pasar-pasar modern hingga ekspor. Oleh

- karenanya, perlu dilakukan kajian secara menyeluruh terkait optimalisasi kinerja kelembagaan tani yang ada.
2. Peningkatan kualitas SDM dapat dilakukan dengan mengikuti kegiatan pelatihan manajemen, teknik budidaya dan pemasaran sehingga kegiatan Pengembangan kangkung organik bisa berjalan dengan lancar.
  3. Pemerintah memiliki peran yang sangat besar dalam pengembangan kangkung organik melalui kegiatan kemitraan bersama petani dengan memberikan pelatihan, pembinaan terhadap Lembaga Tani, pengawasan terhadap proses budidaya dan membantu dalam proses pemasaran produk organik petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta. Badan Pusat Statistik, 2015. *Kabupaten Bogor Dalam Angka*. Katalog BPS. Kabupaten Bogor, Bogor
- Devi, S. R. M., Hartono, 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik. *Agric Jurnal Ilmu Pertanian*. 27(1):60-67.
- Edi, S., 2014. Pengaruh Pemberian Pupuk Organik Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kangkung Darat (*Ipomea reptans poir*). *Jurnal Bioplante*. 3(1):17-24.
- Effendi, A. L., 2014. Segmentasi konsumen sayuran organik pada yogya dept. store kota Bandung. *Jurnal Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika*. 1-8.
- Hubeis, M., Najib, M., Widyastuti, H., Wijaya, N. H., 2013. Strategi produksi pangan organik bernilai tambah tinggi yang berbasis petani.
- Irawati, Salamah, Z., 2013. Pertumbuhan tanaman kangkung darat( *ipomea reptans poir*.) dengan pemberian pupuk organik berbahan dasar kotoran kelinci. *Jurnal Bioedukatika* 1(1), pp. 1 – 96.
- Jurnal of Organic Agriculture Reasearch ad Development*. 1(1), pp. 1- 23.
- Kadariah, 1999. *Evaluasi Proyek Analisis Ekonomi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. UI Press: Jakarta.
- Khalimi, Khamdan, 2010. Pemanfaatan ragi dalam pengendalian penyakit tumbuhan yang ramah lingkungan. *Jurnal Jurnal Bumi Lestari*. 10(2), pp. 215-221.
- Lambajang, Amelia, A. A., 2013. Analisa perhitungan biaya produksi menggunakan metode variable costingpt. *tropica cocoprime*. *Jurnal EMBA*. 1(3), pp. 673-683
- Maswadi, 2012. Kajian faktor kepribadian perilaku konsumen terhadap pembelian sayur organic disupermarket kota Pontianak. *Jurnal EKSOS*. 8(1), pp. 18
- Naibaho, Y., 2009. Sayuran Organik Mulai Diminati <http://www.medanbisnisonline.com> [12 Januari 2017].
- Narbuko, C., Achmadi, A., 2008. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Notohadiningrat, T., 2006. *Revolusi Hijau dan Konservasi Tanah*. Jurusan Ilmu Tanah Universitas Gadjahmada.Yogyakarta.
- Novalina, Zulkarnain, Yunita, W., Yusnaini, 2013. Pelatihan dan implementasi budidaya sayuran organik di kelurahan lingkaran selatan kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 1(55).
- Prasetya, A., 2010. *Prospek Pertanian Organik*.<http://akbarprasatya.student.umm.ac.id> [12 Januari 2017]
- Prima, F. M., Supardi, S., Setyowati, N., 2014. Tipe perilaku konsumen sayuran organik di pasar swalayan kabupaten sidoarjo. *Jurnal Program Studi Agribisnis Universitas Sebelas Maret*.
- Priminingtyas, D.N., Santoso, H., Faridah, D., 2010. *Prospek pengembangan agribisnis sayuran organik melalui*

- model pertanian kota. *Jurnal Universitas Paramadina*. 7(2).
- Putra, P. S. D., Ambarwati, I. G. A., Yusuf, R. P., 2015. Manajemen pemasaran sayur organik. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 4(2).
- Singarimbun, M., Effendi, S., 2009. *Metode Penelitian Survai*. LP3ES. Jakarta.
- Soedarsono, J., 1992. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suardika, I. M. P., Ambarawati, I. G., Sukaatmadja, I. P., 2014. Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik cv golden leaf farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis Universitas Udayana*. 2 (1).
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sutanto, R. 2002. *Pertanian Organik Menuju Pertanian Alternatif dan Berkelanjutan*. Kanisius. Yogyakarta.

Lampiran 1. Matriks *Quantitative Strategic Planning* Usahatani Kangkung Organik

No	Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi																	
			Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8		Strategi 9	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Faktor Kunci Internal</b>																				
<b>Kekuatan</b>																				
1	Kemampuan teknis budidaya cukup	0,056	3	0,17	3	0,17	4	0,23	4	0,23	4	0,23	4	0,23	4	0,23	4	0,23	3	0,17
2	Partisipasi dalam kelembagaan tani	0,069	4	0,28	3	0,21	3	0,21	2	0,14	4	0,28	4	0,28	3	0,21	4	0,28	3	0,21
3	Produk berkualitas	0,056	3	0,17	4	0,22	1	0,06	4	0,22	4	0,22	4	0,22	4	0,22	4	0,22	3	0,17
4	Harga penjualan tinggi	0,064	1	0,06	4	0,25	1	0,06	4	0,25	4	0,25	4	0,25	4	0,25	4	0,25	3	0,19
5	Sistem pendistribusian efektif	0,076	2	0,15	2	0,15	1	0,08	3	0,23	4	0,30	3	0,23	3	0,23	3	0,23	3	0,23
6	Lokasi kebun strategis/mudah dijangkau	0,070	2	0,14	2	0,14	1	0,07	4	0,28	4	0,28	3	0,21	3	0,21	4	0,28	3	0,21
7	Diawasi oleh tenaga ahli	0,054	3	0,16	3	0,16	4	0,22	4	0,22	4	0,22	4	0,22	4	0,22	4	0,22	3	0,16
8	Ketersediaan bahan input (pupuk kandang) memadai dan tersedia di wilayah pertanian dengan harga murah	0,059	2	0,12	4	0,24	1	0,06	4	0,24	4	0,24	4	0,24	4	0,24	3	0,18	3	0,18
9	Ketersediaan bahan input (pestisida biotik) memadai	0,057	2	0,11	4	0,23	4	0,23	4	0,23	4	0,23	4	0,23	4	0,23	3	0,17	3	0,17
10	Ketersediaan benih memadai	0,066	2	0,13	4	0,26	4	0,26	4	0,26	4	0,26	4	0,26	4	0,26	3	0,20	3	0,20
11	Pendapatan bersih/Keuntungan besar	0,054	4	0,22	4	0,22	1	0,05	4	0,22	4	0,22	4	0,22	3	0,16	4	0,22	3	0,16
<b>Kelemahan</b>																				
1	Sertifikasi masih menginduk ke Mitra	0,056	1	0,06	3	0,17	3	0,17	3	0,17	4	0,22	3	0,17	3	0,17	3	0,17	2	0,11
2	Teknologi produksi masih sederhana	0,068	1	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14	3	0,20	2	0,14	2	0,14	3	0,20	2	0,14
3	Belum melakukan penetrasi pasar secara luas	0,051	1	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	4	0,21	1	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
4	Kemampuan menjual masih rendah	0,051	4	0,20	1	0,05	2	0,10	1	0,05	4	0,20	2	0,10	2	0,10	2	0,10	2	0,10
5	Kemampuan pasca panen dan branding rendah	0,054	2	0,11	1	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,16	2	0,11	1	0,05	4	0,22	2	0,11
6	Peran lembaga tani masih sebatas forum komunikasi dan informasi serta pelatihan	0,052	2	0,10	1	0,05	1	0,05	2	0,10	4	0,21	2	0,10	2	0,10	2	0,10	2	0,10
<b>Faktor Kunci Eksternal</b>																				
<b>Peluang</b>																				
1	Pangsa pasar luas	0,073	4	0,29	4	0,29	1	0,07	4	0,29	4	0,29	4	0,29	4	0,29	4	0,29	4	0,29
2	Meningkatnya kesadaran gaya hidup sehat	0,061	4	0,24	4	0,24	2	0,12	4	0,24	4	0,24	3	0,18	4	0,24	4	0,24	4	0,24
3	Adanya perhatian pemerintah melalui Permentan Organik	0,068	4	0,27	4	0,27	3	0,20	4	0,27	4	0,27	3	0,20	3	0,20	3	0,20	3	0,20
4	Kondisi lingkungan masyarakat baik	0,069	2	0,14	4	0,28	2	0,14	3	0,21	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21
5	Mitra memberikan pengawasan mutu	0,065	3	0,19	2	0,13	4	0,26	4	0,26	3	0,19	3	0,19	4	0,26	4	0,26	3	0,19
<b>Ancaman</b>																				
1	Cuaca tidak menentu	0,105	1	0,11	2	0,21	1	0,11	2	0,21	2	0,21	2	0,21	2	0,21	2	0,21	2	0,21
2	Serangan hama penyakit	0,052	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,10	1	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,10
3	Program pemerintah seperti Go Organic belum terealisasi	0,077	3	0,23	2	0,15	1	0,08	2	0,15	2	0,15	2	0,15	2	0,15	2	0,15	3	0,23
4	Fluktuasi harga bahan input	0,095	2	0,19	2	0,19	1	0,09	2	0,19	2	0,19	2	0,19	2	0,19	2	0,19	2	0,19
5	Banyak pesaing	0,083	3	0,25	3	0,25	1	0,08	2	0,17	3	0,25	2	0,17	2	0,17	2	0,17	2	0,17
6	Peluang masuknya pendatang baru tinggi	0,086	3	0,26	3	0,26	1	0,09	2	0,17	3	0,26	2	0,17	2	0,17	2	0,17	2	0,17
7	Persepsi Masy terkait harga organik yang mahal	0,090	4	0,36	3	0,27	1	0,09	2	0,18	3	0,27	2	0,18	1	0,09	2	0,18	2	0,18
8	Hambatan masuk (Barrier to Entry) ke pasar modern tinggi	0,077	2	0,15	1	0,08	1	0,08	2	0,15	3	0,23	2	0,15	2	0,15	2	0,15	2	0,15
<b>Jumlah Nilai Total Daya Tarik</b>				<b>5,04</b>		<b>5,44</b>		<b>3,65</b>		<b>5,63</b>		<b>6,87</b>		<b>5,61</b>		<b>5,52</b>		<b>5,85</b>		<b>5,25</b>
<b>Rangking</b>				<b>8</b>		<b>6</b>		<b>9</b>		<b>3</b>		<b>1</b>		<b>4</b>		<b>5</b>		<b>2</b>		<b>7</b>