

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADI ORGANIK (STUDI KASUS : GAPOKTAN SUMBER MAKMUR, KABUPATEN OKU TIMUR SUMATERA SELATAN)

Wening Tyas¹, Lukman Mohammad Baga², dan Andriyono Kilat Adhi³

^{1,2,3}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
 Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga, Indonesia
 e-mail: ¹weningt24@gmail.com

(Diterima 5 November 2020/Revisi 11 Desember 2020/Disetujui 13 Januari 2021)

ABSTRACT

Organic rice has a good opportunity to be developed because consumers will get health benefits, while producers get better profits because of the higher selling price. The purpose of this research was to develop a development strategy in the organic rice business at Sumber Makmur Gapoktan which is the center for organic rice production in South Sumatra. This study identified internal and external factors, formulated alternative strategies using SWOT, then continued with hierarchical arrangement using AHP. The results of the internal and external analysis showed that gapoktan has nine strengths, five weaknesses, five opportunities and five threats. Products that have been organic certified become the most important subfactor of strength; land area is decreasing as the most important subfactor of weakness; wide open market as the most important subfactor of opportunity; while the presence of pest attacks (wereng) as the most important subfactor of threat. The priority strategy that can be implemented in the development of an organic rice business is based on the results of AHP analysis, namely collaborating with other institutions to expand marketing network.

Keywords: AHP, development strategy, gapoktan sumber makmur, organic rice, SWOT

ABSTRAK

Padi organik memiliki peluang yang baik untuk dikembangkan karena konsumen akan memperoleh manfaat kesehatan sedangkan produsen memperoleh keuntungan yang lebih baik karena harga jual yang lebih tinggi. Tujuan dari penelitian adalah untuk menyusun strategi pengembangan dalam usaha padi organik pada Gapoktan Sumber Makmur yang merupakan sentra produksi padi organik di Sumatera Selatan. Penelitian ini mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, merumuskan alternatif strategi menggunakan SWOT kemudian dilanjutkan dengan penyusunan hierarki menggunakan AHP. Hasil analisis internal dan eksternal menunjukkan bahwa gapoktan memiliki sembilan kekuatan, lima kelemahan, lima peluang dan tiga ancaman. Produk yang telah bersertifikat organik menjadi subfaktor terpenting dari kekuatan; luas lahan semakin berkurang sebagai subfaktor terpenting dari kelemahan; pasar terbuka luas sebagai subfaktor terpenting dari peluang; sedangkan adanya serangan OPT (wereng) sebagai subfaktor terpenting dari ancaman. Strategi prioritas yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha padi organik berdasarkan hasil analisis AHP yaitu menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Kata kunci: AHP, beras organik, gapoktan sumber makmur, strategi pengembangan, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk salah satu negara yang masuk dalam *The Ten Countries With The Largest Organic Area 2017* di kawasan Asia (The Research Institute of Organic Movements, 2019). Meskipun data di atas merupa-

kan gambaran area pertanian organik secara menyeluruh, namun tetap dapat memberikan gambaran bahwa pengembangan pertanian organik di Indonesia mempunyai prospek yang menjanjikan. Sedangkan menurut Aliansi Organik Indonesia (2017), Indonesia

memiliki luas lahan pertanian organik tersertifikasi sebanyak 251.630,98 Ha pada tahun 2018.

Padi atau beras organik menjadi fokus penting dalam pengembangan pertanian organik. Hal ini karena 90 persen masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok, sehingga perlu dilakukan pengembangan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Beberapa upaya pemerintah untuk meningkatkan produksi dilakukan dengan dibentuknya program maupun bantuan kepada petani, salah satunya yaitu Program *Go Organic* 2010. Berdasarkan data dari Aliansi Organik Indonesia (2017), produksi padi organik Indonesia tahun 2012 tercatat sebanyak 7.996 ton dan meningkat menjadi 12.276 ton pada tahun 2015. Permintaan akan beras organik yang terus meningkat membuat produsen tidak dapat memenuhi permintaan. Permintaan beras organik pada tahun 2009 sebesar 114.110,2 ton, sedangkan produksi sebesar 12.276 ton pada tahun 2015. Peningkatan tren mengonsumsi beras organik dibuktikan dengan adanya riset pasar yang dilakukan oleh Aliansi Organik Indonesia (2017) di beberapa kota yang ada di Pulau Jawa seperti Jakarta, Bogor, Yogyakarta, Surabaya, Malang dan Bandung. Riset tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi beras organik mengalami peningkatan setiap tahun dengan alasan kesehatan, menjaga lingkungan dan mengikuti tren. Beberapa alasan masyarakat mengonsumsi beras organik yaitu alasan kesehatan karena konsumen pada dasarnya mengetahui dan menyadari pentingnya mengonsumsi produk pangan yang sehat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, salah satu jenis beras organik yaitu beras hitam terbukti dapat meningkatkan daya tahan tubuh, menurunkan kadar gula dalam darah (Prमितasari *et al.* 2018), mampu mencegah terjadinya penyakit kardiovaskuler seperti jantung coroner dan hipertensi (Sa'adah *et al.* 2013). Motif rasa juga menjadi alasan konsumen tertarik dengan beras organik karena beras organik lebih enak, pulen, putih, dan tidak cepat basi (Utami, 2011).

Potensi pengembangan padi organik memiliki prospek yang sangat baik dan telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Dari sisi insentif produksi, beras organik mempunyai harga lebih tinggi (Ildrakasi *et al.* 2013) dan relatif tidak berfluktuatif dibanding beras konvensional sehingga menjadi peluang yang besar dalam rangka peningkatan pendapatan petani (Suryadi, 2011). Selain itu, produktivitas padi organik menunjukkan hasil yang lebih tinggi dibandingkan padi konvensional seperti pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mutakin (2010) dengan varietas padi unggul dan Suwantoro (2008) dengan varietas lokal Mentik Wangi. Sedangkan menurut Suhartini *et al.* (2006) produktivitas selama tiga musim tanam pada tahun 2003 - 2004 diketahui bahwa setiap musim tanam padi organik ternyata produksi dan produktivitas secara signifikan lebih tinggi apabila dibandingkan dengan padi konvensional. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pornpratansombat *et al.* (2011) salah satu alasan petani mengadopsi pertanian organik karena harga ditingkat petani lebih tinggi sehingga mampu menaikkan pendapatan petani sebesar 20-30 persen (Mayrowani, 2012). Sementara itu, Junaidi (2008) menyebutkan bahwa salah satu alasan petani berusaha tani padi organik karena biaya produksi yang relatif kecil sedangkan pendapatannya cukup besar.

Selain dari perbedaan harga, pengembangan padi organik terbukti mampu mengurangi pengeluaran tunai petani sehingga peluang meningkatkan pendapatan keluarga petani semakin besar. Dari potensi wilayah pengembangan, wilayah-wilayah potensial pengembangan padi organik di Indonesia masih sangat luas di luar Pulau Jawa termasuk Pulau Sumatera yang memiliki lahan kering maupun pasang surut yang belum banyak dimanfaatkan (Arsyad *et al.* 2014).

Gapoktan Sumber Makmur yang berada di Kabupaten OKU Timur, Sumatera Selatan merupakan kelompok tani yang memanfaatkan peluang dengan memproduksi padi organik sejak tahun 2012 dan menjadi satu

dari dua sentra produksi padi organik di Sumatera Selatan. Pada tahun 2016, padi organik Gapoktan Sumber Makmur telah memiliki sertifikat organik dari Lembaga Sertifikasi Organik Sumatera Barat (LSO Sumbar). Gapoktan Sumber Makmur memiliki lahan padi organik tersertifikasi sebesar 30.125 Ha dengan petani anggota sebanyak 64 orang. Luas lahan padi organik Gapoktan Sumber Makmur pada tahun 2019 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Luas lahan yang tersisa saat ini hanya 5 Ha saja dengan petani anggota sebanyak 8 orang. Selain itu, dalam menjalankan usahanya, gapoktan menemui kendala yaitu minimnya modal usaha yang menyebabkan gapoktan tidak mampu membeli semua hasil panen yang dimiliki petani, sehingga banyak petani memilih untuk beralih menanam padi konvensional. Padahal saat ini permintaan beras organik cukup tinggi, sehingga dengan adanya penurunan luas lahan mengakibatkan produksi menurun dan gapoktan tidak mampu memenuhi permintaan konsumen.

Pengembangan padi organik menjadi penting untuk dilakukan karena dapat memberikan beberapa manfaat yaitu petani (produsen) dan pedagang mendapat untung serta konsumen dapat memperoleh manfaat dari padi organik. Selain itu diperlukan strategi pengembangan mengingat peluang pasar yang masih besar dan beberapa kendala pengembangan usaha padi organik yang perlu diatasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis lingkungan internal dan eksternal serta merumuskan alternatif strategi dan prioritas pengembangan usaha padi organik pada Gapoktan Sumber Makmur. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak terkait dalam menyelesaikan permasalahan dan kendala yang dihadapi Gapoktan Sumber Makmur dalam upaya pengembangan padi organik.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada Gapoktan Sumber Makmur yang berlokasi di Desa

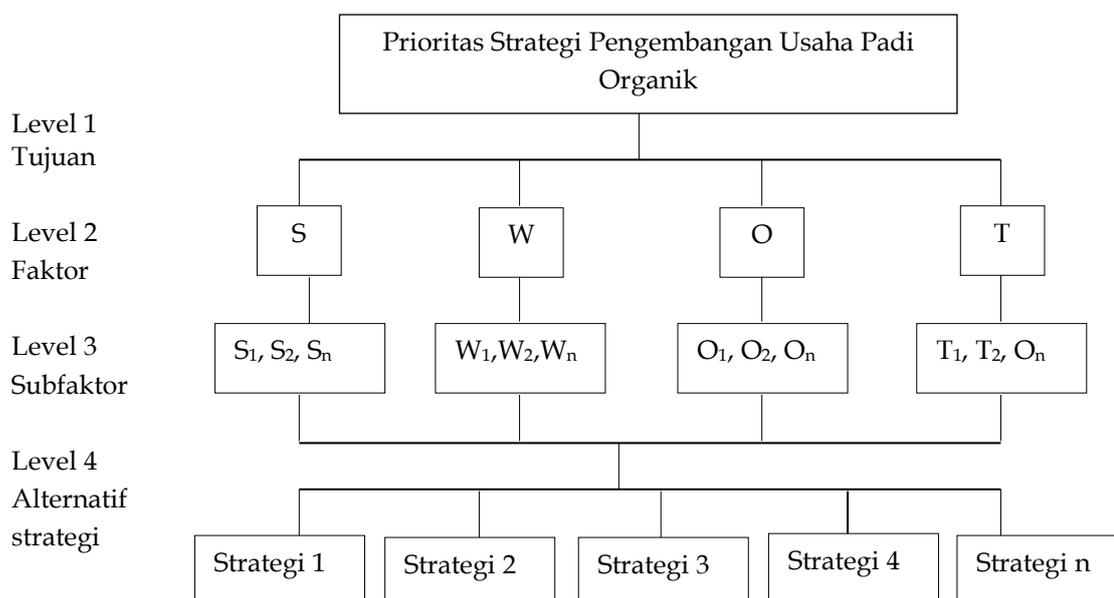
Sumber Suko Kecamatan Belitang, Kabupaten OKU Timur, Sumatera Selatan. Lokasi dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan daerah ini merupakan sentra produksi padi organik di Sumatera Selatan. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juni 2020.

Penelitian dilakukan dengan *indepth interview* kepada responden pakar yang dipilih secara *purposive*. Responden pakar dipilih karena mengetahui keadaan aktual pengembangan padi organik pada gapoktan. Responden terdiri dari responden internal dan eksternal. Responden internal yaitu ketua, sekretaris dan bendahara gapoktan, sedangkan responden eksternal terdiri penyuluh pertanian (satgas organik), kepala desa dan Dinas Pertanian setempat.

Tahap pertama yaitu wawancara untuk memperoleh informasi terkait dengan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi pengembangan usaha padi organik. Pada tahap kedua, hasil tahap pertama digunakan untuk menyusun alternatif strategi. Tahap ketiga, dilakukan penilaian terhadap prioritas alternatif strategi pengembangan menggunakan analisis AHP. Pengolahan data AHP dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Expert Choice* Versi 11.

Langkah - langkah menggunakan metode AHP dan SWOT adalah sebagai berikut (Kangas *et al.* 2001):

1. Lakukan analisis SWOT, pada langkah ini mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memengaruhi pengembangan usaha padi organik.
2. Gambar struktur hierarki hasil analisis SWOT yang telah ditetapkan. Tingkat paling tinggi adalah tujuan, tingkat kedua diturunkan menjadi kelompok SWOT. Tingkat ketiga menguraikan faktor yang berhubungan dengan masing-masing kelompok SWOT. Tingkat keempat adalah pilihan strategi yang berhubungan dengan seluruh faktor SWOT.
3. Bangun matriks perbandingan berpasangan pada setiap tingkat hierarki yang



Gambar 1. Presentasi Hierarki Analisis AHP dan SWOT

saling memiliki hubungan dengan tingkat diatasnya. Kriteria nilai perbandingan berpasangan menggunakan acuan (Saaty, 2008) yang terdiri dari nilai satu sampai sembilan mencerminkan ekspresi penilaian seorang pakar terhadap tingkat kepentingan. Angka satu berarti atribut yang dibandingkan sama pentingnya. Angka dua dan seterusnya dipilih berdasarkan tingkat kepentingan dari atribut yang dianggap lebih penting dibandingkan atribut pembandingnya. Hasil perbandingan berpasangan kemudian diolah menggunakan *software Expert Choice* Versi 11 untuk memperoleh nilai *eigenvector* sebagai bobot penilaian prioritas pada masing-masing kelompok SWOT, faktor SWOT dan pilihan strategi.

4. Formulasikan strategi dengan matriks SWOT. Pada tahap ini perumusan strategi

dilakukan dengan mencocokkan antara faktor internal dan eksternal.

5. Lakukan evaluasi terhadap konsistensi untuk seluruh hierarki. AHP mengukur konsistensi menyeluruh dari berbagai pertimbangan melalui suatu rasio konsistensi (CR) dari indeks konsistensi (CI) dengan nilai yang tepat. Apabila nilai konsistensi lebih kecil dari 0,01 maka penilaian yang dilakukan dianggap konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

IDENTIFIKASI LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL GAPOKTAN

Lingkungan internal adalah lingkungan yang berada dalam gapoktan dan memiliki implikasi langsung terhadap gapoktan. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk

Tabel 1. Matriks SWOT

	Internal	S (Strength): Tentukan Faktor Kekuatan Internal	W (Weakness): Tentukan Faktor Kelemahan Internal
Eksternal	(Opportunity): Tentukan Faktor Peluang Eksternal	Strategi SO : Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO : Ciptakan strategi yang memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan
T (Threat): Tentukan Faktor Ancaman Eksternal		Strategi ST : Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT : Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Wheelen dan Hunger (2012)

mengetahui faktor-faktor kunci yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam gapoktan. Analisis lingkungan internal ini terdiri dari produksi, pemasaran, manajemen dan keuangan. Dari hasil identifikasi faktor internal diperoleh sembilan kekuatan dan lima kelemahan yang dimiliki Gapoktan Sumber Makmur. Identifikasi faktor internal gapoktan dapat dilihat pada Tabel 2.

Analisis lingkungan eksternal terfokus untuk mendapatkan faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi usaha pengembangan padi organik pada Gapoktan Sumber Makmur.

Lingkungan eksternal terdiri dari beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, politik, pemerintahan dan hukum, sosial, budaya, demografi dan lingkungan serta teknologi seperti terlihat pada Tabel 3.

PENYUSUNAN MATRIKS SWOT

Hasil identifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman kemudian disusun matriks SWOT yang menghasilkan beberapa alternatif strategi pengembangan usaha padi organik pada Gapoktan Sumber Makmur. Matriks SWOT menghasilkan empat strategi umum yang dapat dikelompokkan sebagai berikut.

Strategi S-O (*Strenght - Opportunity*)

Alternatif strategi SO merupakan strategi yang dirumuskan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki Gapoktan Sumber Makmur untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 2. Faktor Internal Gapoktan

Aspek	Kekuatan	Kelemahan
Produksi	1. Telah memiliki sertifikat organik 2. Memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pupuk 3. Biaya produksi rendah 4. Tersedia tempat pengolahan sendiri (pabrik)	1. Luas lahan semakin berkurang 2. Produktivitas rendah
Pemasaran	1. Produk telah dikemas 2. Memiliki berbagai jenis beras organik (putih, merah, coklat dan hitam) 3. Tersedia berbagai ukuran kemasan	
Manajemen	1. Pelatihan pembuatan pupuk dan pestisida organik	1. Motivasi petani kurang 2. SDM tidak tersedia
Keuangan	1. Pencatatan keuangan secara rutin	1. Modal terbatas

Sumber : Data primer, 2020 (diolah)

Tabel 3. Faktor Eksternal Gapoktan

Aspek	Peluang	Ancaman
Ekonomi	1. Pasar terbuka luas 2. Sentra produksi padi organik	
Politik, Pemerintahan dan Hukum	Bantuan Pemerintah	
Sosial, Budaya, Demografi dan Lingkungan	Lingkungan yang mendukung	1. Serangan OPT (wereng) 2. Pengetahuan masyarakat tentang manfaat beras organik masih terbatas
Teknologi	1. Adanya teknologi informasi (internet)	1. Teknologi <i>processing</i> sederhana

Sumber : Data primer, 2020 (diolah)

1. Menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk memperluas jangkauan pemasaran [SO1]

Memperluas jaringan pemasaran dilakukan untuk meningkatkan penjualan beras organik dan memberikan jaminan pasar kepada petani. Dengan memperluas jangkauan pasar diharapkan petani dapat meningkatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan hanya melakukan penjualan kesatu tempat saja (Fauzi dan Martadona, 2019).

Menjalin kerjasama dengan pihak dinas pertanian atau pemerintah setempat, distributor, perusahaan dan konsumen yang sudah menjadi pelanggan gapoktan sangat penting untuk dilakukan. Kerjasama yang dilakukan sebaiknya didukung dengan dibuat MoU untuk menghindari adanya pelanggaran perjanjian. Gapoktan menjadi penghubung antara petani dan konsumen, sehingga antara keduanya sama-sama mendapatkan keuntungan. Petani memperoleh jaminan beras organik akan terjual dan konsumen memperoleh beras organik sesuai dengan kebutuhan mereka. Sehingga, diharapkan tidak ada lagi petani yang beralih menanam padi konvensional dan tetap menanam padi organik untuk pemenuhan permintaan konsumen.

Strategi ini dapat dijalankan dengan memanfaatkan kekuatan gapoktan. Produk telah memiliki sertifikat organik, sehingga konsumen tidak perlu meragukan produk beras organik dari Gapoktan Sumber Makmur yang aman untuk dikonsumsi. Tersedianya bibit dan pupuk, serta biaya produksi yang rendah membuat petani tidak kesulitan melaksanakan budidaya padi organik untuk pemenuhan permintaan konsumen. Selain itu, produk beras organik produksi Gapoktan Sumber Makmur telah memiliki kemasan yang baik, aman dan tersedia berbagai ukuran kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda.

2. Pengembangan produk dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia [SO2]

Pengembangan produk baru sangat dibutuhkan untuk memenangkan persaingan industri yang semakin ketat. Teknik yang belum diterapkan oleh gapoktan yaitu melakukan *grading*. *Grading* dapat dilakukan untuk menjaga kualitas dari beras organik dengan mengelompokkan beras organik berdasarkan kualitasnya. Beras organik dengan *grade* yang paling baik dapat dipasarkan ke rumah sakit, hotel-hotel atau rumah makan yang menyediakan makanan sehat. Adanya *grading*, membuat konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan membeli yang dimiliki. Konsumen akan membeli beras sesuai dengan tingkat ekonominya. Beras dengan *grade* tinggi dijual dengan harga yang cukup mahal, sedangkan *grade* rendah dengan harga murah.

Usaha yang dilakukan ini didukung dengan kekuatan yang dimiliki yaitu produk telah memiliki sertifikat organik sehingga konsumen tidak perlu ragu akan kualitas beras organik produksi Gapoktan Sumber Makmur. Selain itu, didukung dengan adanya peluang pasar beras organik yang masih terbuka luas terutama untuk golongan masyarakat menengah keatas yang menerapkan pola hidup sehat.

Strategi W-O (Weakness - Opportunity)

Alternatif strategi WO merupakan strategi yang dirumuskan dengan menggunakan peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki Gapoktan Sumber Makmur.

1. Meningkatkan produktivitas dengan pengoptimalan penggunaan sarana produksi yang tersedia [WO1]

Produktivitas rendah menjadi salah satu alasan petani enggan menanam padi organik sehingga luas lahan padi organik semakin berkurang. Produktivitas tinggi menyebabkan produksi padi juga tinggi sehingga diharapkan penjualan pendapatan petani akan meningkat. Strategi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki Gapoktan

Sumber Makmur yaitu bantuan sarana prasarana dari pemerintah seperti ternak dan kandang, alat dan mesin pertanian modern yang dapat dioptimalkan penggunaannya agar produktivitas padi organik dapat ditingkatkan.

2. Peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan secara rutin dan studi banding/kunjungan ke tempat produksi padi organik lainnya [WO2]

Peningkatan kualitas sumberdaya petani dapat dilakukan dengan menangkap peluang yang dihadirkan oleh pemerintah daerah dengan diikutsertakan dalam berbagai pelatihan maupun kunjungan ke tempat produksi padi organik lainnya yang telah baik. Pelatihan pertanian organik, baik budidaya, manajemen maupun pemasaran diharapkan dapat dilakukan secara berkelanjutan dan dilakukan pembinaan serta pengawasan kepada petani. Selain itu, kunjungan ke tempat produksi padi organik lainnya yang lebih baik dapat membuat petani termotivasi untuk melakukan pengembangan usaha padi organik. Ilmu yang didapatkan dapat dipraktikkan pada Gapoktan Sumber Makmur dalam pengoptimalan pembagian tugas masing-masing disetiap proses produksi padi organik.

3. Mengoptimalkan penggunaan sarana produksi dengan modal yang tersedia [WO3]

Ketersediaan modal menjadi hal yang penting dalam pengembangan suatu usaha. Modal tidak saja berupa uang tetapi bisa dalam bentuk alat, mesin atau teknologi lainnya. Dengan adanya bantuan sarana produksi seperti alat dan mesin yang diberikan pemerintah, dapat dioptimalkan penggunaannya agar keterbatasan modal mampu terpenuhi. Sejalan dengan penelitian Fauzi & Martadona (2019) bahwa keterbatasan modal menuntun petani untuk dapat memaksimalkan penggunaan sarana produksi dalam proses produksi.

Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Alternatif strategi ST merupakan strategi yang dirumuskan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki Gapoktan Sumber Makmur untuk meminimalkan ancaman yang ada. Strategi ST yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan promosi beras organik menggunakan berbagai media [ST1]

Promosi bertujuan untuk mengenal produk kepada konsumen (Suryani et al. 2014). Adanya teknologi informasi, memudahkan promosi dilakukan dengan berbagai cara. Tidak hanya dengan metode penyuluhan langsung saja tetapi dapat dilakukan dengan berbagai media sosial yang dimiliki masing-masing konsumen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Yudhistra 2017) melalui jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* serta aplikasi lain perusahaan dapat memperkenalkan dan mempromosikan produknya. Setelah dilakukan promosi, diharapkan penjualan beras organik dapat meningkat sehingga produk beras organik petani akan terjual semua kepada konsumen.

2. Pelatihan pembuatan pestisida organik untuk membasmi hama secara cepat dan efisien [ST2]

Ledakan hama wereng beberapa waktu lalu menyebabkan kerugian yang cukup besar dialami petani. Sehingga wereng harus dikendalikan agar tidak menyebabkan penurunan hasil produksi padi organik. Pelatihan pembuatan pestisida organik merupakan kekuatan yang harus dimanfaatkan agar petani mampu mengendalikan hama wereng dengan membuat pestisida organik sendiri dari bahan-bahan yang ada disekitar lingkungan.

Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Alternatif strategi WT merupakan strategi yang dirumuskan untuk meminimalkan kekurangan dan menghindari ancaman yang

dimiliki Gapoktan Sumber Makmur. Strategi WT yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Menjalin kerjasama dengan ahli melakukan penelitian untuk mendapatkan inovasi bibit unggul yang tahan hama dan produktivitas lebih tinggi [WT1]

Serangan hama terutama wereng menjadi ancaman terbesar petani karena menimbulkan kerugian yang cukup besar. Penelitian dan pengembangan perlu dilakukan oleh Gapoktan Sumber Makmur dengan menjalin kerjasama dengan para ahli melakukan penelitian untuk memperoleh bibit unggul yang tahan hama. Selain tahan hama, diharapkan adanya inovasi bibit yang menghasilkan produktivitas padi organik yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Sebaiknya penelitian dilakukan dengan bekerjasama dengan instansi pendidikan atau pemerin-

tahan agar dapat mengatasi permasalahan dalam aspek produksi (Stefani *et al.* 2017). Adapun matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.

PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PENGEMBANGAN MENGGUNAKAN AHP

Alternatif strategi pengembangan usaha padi organik disusun berdasarkan hasil diskusi bersama para pakar. Analisis AHP digunakan untuk memberikan penilaian terhadap beberapa alternatif pilihan berdasarkan beberapa kriteria (Hefnawy dan Mohammed, 2014). Selain itu, AHP dianggap analisis yang lebih cepat dibandingkan dengan perhitungan secara manual (Darmanto *et al.* 2014). Struktur hierarki AHP dan SWOT terdiri dari empat level. Level pertama merupakan tujuan yang ingin dicapai yaitu strategi pengembangan usaha padi organik pada Gapoktan

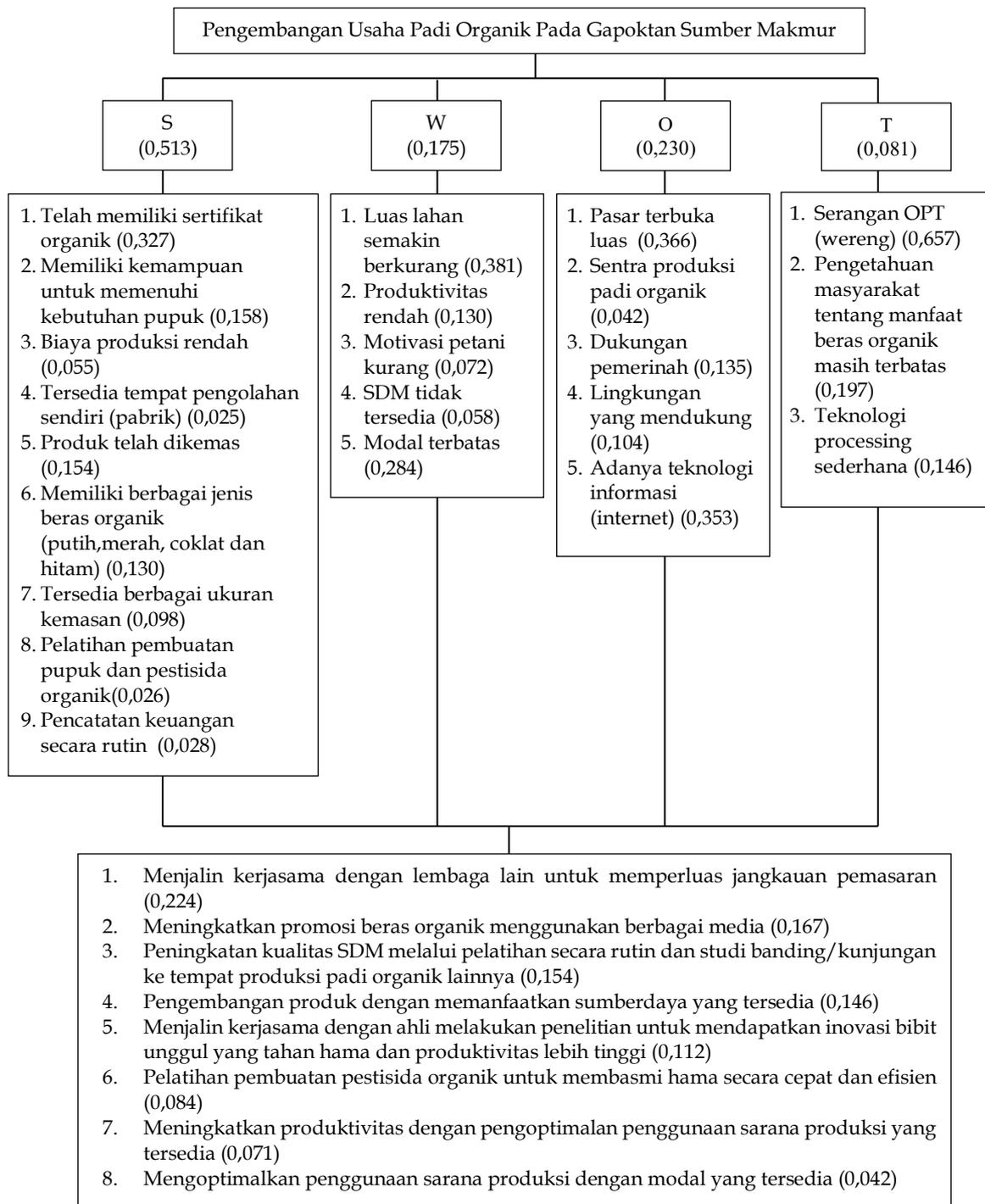
Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Telah memiliki sertifikat organik 2. memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pupuk 3. Biaya produksi rendah 4. Tersedia tempat pengolahan sendiri (pabrik) 5. Produk telah dikemas 6. Memiliki berbagai jenis beras organik (putih, merah, coklat dan hitam) 7. Tersedia berbagai ukuran kemasan 8. Pelatihan pembuatan pupuk dan pestisida organik 9. Pencatatan keuangan secara rutin 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Luas lahan semakin berkurang 2. Produktivitas rendah 3. Motivasi petani kurang 4. SDM tidak tersedia 5. Modal terbatas
Peluang (O)	Strategi SO :	Strategi WO :
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar terbuka luas 2. Sentra produksi padi organik 3. Dukungan pemerintah 4. Lingkungan yang mendukung 5. Adanya teknologi informasi (internet) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk memperluas jangkauan pemasaran (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O5) 2. Pengembangan produk dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia (S1, O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produktivitas dengan pengoptimalan penggunaan sarana produksi yang tersedia (W1, W2, O3) 2. Peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan secara rutin dan studi banding/kunjungan ke tempat produksi padi organik lainnya (W3, W4, O3) 3. Mengoptimalkan penggunaan sarana produksi dengan modal yang tersedia (W5, O3)
Ancaman (T)	Strategi S - T	Strategi W - T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Serangan OPT (wereng) 2. Pengetahuan masyarakat tentang manfaat beras organik masih terbatas 3. Teknologi processing sederhana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi beras organik menggunakan berbagai media (T2, S6, S7, S8) 2. Pelatihan pembuatan pestisida organik untuk membasmi hama secara cepat dan efisien (S9, T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dgn ahli melakukan penelitian untuk mendapatkan inovasi bibit unggul yg tahan hama dan produktivitas lebih tinggi (W1, W2, T1)

Gambar 2. Matriks SWOT
Sumber: data primer, 2020 (diolah)

Sumber Makmur. Level kedua merupakan faktor SWOT berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Level ketiga merupakan hasil analisis SWOT yaitu berupa sub-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Level keempat berupa alternatif strategi yang akan dijalankan. Adapun struktur hierarki strategi pengembangan usaha pa-

di organik pada Gapoktan Sumber Makmur secara utuh dapat dilihat seperti Gambar 3.

Berdasarkan analisis AHP, dilakukan perbandingan berpasangan pada masing-masing faktor SWOT dengan nilai bobot paling tinggi 0,513 yaitu faktor kekuatan. Kemudian nilai 0,230 faktor peluang, 0,175 faktor kelemahan dan nilai 0,081 faktor ancaman. Nilai *incon-*



Gambar 3. Persentasi Hierarki dari Analisis AHP dan SWOT

sistency sebesar 0,01 yang artinya memenuhi syarat perbandingan berpasangan karena tidak melebihi batas maksimum *inconsistency* 0,1. Kekuatan yang dimiliki Gapoktan Sumber Makmur mempunyai bobot yang tertinggi, hal ini dikarenakan Gapoktan Sumber Makmur memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan padi organik. Gapoktan Sumber Makmur didukung oleh lingkungan untuk pertanian organik karena sumberdaya yang dibutuhkan dalam pertanian organik tersedia disekitar lingkungan seperti bibit, pupuk dan bahan-bahan untuk membuat pestisida organik. Dengan kekuatan yang dimiliki oleh Gapoktan Sumber Makmur akan menjadi modal tersendiri dalam menghadapi persaingan yang ada.

Perbandingan berpasangan selanjutnya dilakukan dengan pembobotan pada level subfaktor masing-masing kriteria SWOT. Nilai *inconsistency* faktor kekuatan yaitu sebesar 0,03. Dari sembilan subfaktor kekuatan, telah memiliki sertifikat organik mempunyai bobot paling tinggi yaitu 0,327. Adanya sertifikat organik memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi dan terbebas dari penggunaan bahan kimia. Label sertifikat organik meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk organik (Gerrard *et al.* 2013) dan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli (Nelson, *et al.* 2010). Selain itu, adanya sertifikat organik dapat meningkatkan penjualan produk organik dan harga jual menjadi lebih tinggi (Novita, 2013).

Kelompok selanjutnya yang akan dilakukan pembobotan berpasangan yaitu subfaktor kelemahan. Nilai *inconsistency* pada kelompok ini yaitu 0,00717 yang artinya memenuhi syarat perbandingan berpasangan. Luas lahan semakin berkurang memiliki bobot tertinggi yaitu 0,81. Semakin berkurangnya luas lahan dikarenakan petani enggan untuk menanam padi organik. Salah satu hal yang menyebabkan petani enggan untuk menanam padi organik yaitu kurangnya modal yang dimiliki gapoktan sehingga tidak mampu membeli semua hasil panen petani. Hal ini menyebabkan petani tidak mau menanam padi organik

dan kembali menanam padi konvensional sehingga luas lahan padi organik semakin berkurang. Keterbatasan modal juga menjadi kelemahan pada petani organik di Kabupaten Kediri. Modal dibutuhkan petani untuk melakukan pascapanen yaitu pengolahan padi menjadi beras karena apabila dijual dalam bentuk beras harga akan menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan beras konvensional (Artini, 2016).

Perbandingan berpasangan selanjutnya dilakukan pada subfaktor peluang. Nilai *inconsistency* subfaktor peluang yaitu 0,02 yang artinya memenuhi syarat perbandingan berpasangan. Pasar terbuka luas menjadi faktor peluang yang memiliki bobot paling tinggi yaitu bernilai 0,366. Seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan menjadi alasan utama bagi konsumen mengonsumsi beras organik (Sulistiyana *et al.* 2014). Hal ini dapat menjadi peluang yang besar untuk produk beras organik demi pemenuhan kebutuhan konsumen yang terus meningkat.

Terakhir yaitu perbandingan berpasangan pada subfaktor ancaman. Nilai *inconsistency* yaitu sebesar 0,00407 yang berarti memenuhi syarat perbandingan berpasangan. Menurut para responden, ancaman yang paling penting untuk dihindari adalah adanya serangan OPT yaitu wereng dengan nilai sebesar 0,657. Adanya ledakan OPT beberapa tahun lalu membuat petani padi organik mengalami kerugian yang besar. Hal ini menjadi ancaman paling besar yang harus diatasi agar produksi tidak menurun dan petani tidak mengalami kerugian. Menurut Effendi (2009) hama yang berpotensi merusak pertanaman padi yaitu wereng punggung putih, wereng hijau, lembing batu, ulat grayak, pelipat daun, dan walang sangit. Rata-rata kehilangan hasil produksi dari potensi hasil maksimal yaitu sekitar 30 persen karena serangan OPT dan 20-25 persen karena hama.

ANALISIS PRIORITAS STRATEGI

Prioritas strategi dilakukan pada delapan alternatif strategi yang telah didapatkan dari

kombinasi SWOT. Pada tahap ini, diberikan nilai pada setiap alternatif strategi untuk menentukan prioritas utama yang harus didahulukan. Dari hasil perbandingan berpasangan diperoleh *overall inconsistency* bernilai 0,02 dan prioritas pertama adalah menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan nilai sebesar 0,224. Prioritas kedua adalah meningkatkan promosi beras organik menggunakan berbagai media dengan nilai sebesar 0,167. Prioritas ketiga adalah peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan secara rutin dan studi banding atau kunjungan ke tempat produksi padi organik lainnya dengan nilai sebesar 0,154. Prioritas keempat adalah pengembangan produk dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia dengan nilai 0,146. Prioritas kelima adalah menjalin kerjasama dengan ahli melakukan penelitian untuk mendapatkan inovasi bibit unggul yang tahan hama dan produktivitas lebih tinggi dengan nilai sebesar 0,112. Prioritas keenam adalah pelatihan pembuatan pestisida organik untuk membasmi hama secara cepat dan efisien dengan nilai 0,84. Prioritas berikutnya adalah meningkatkan produktivitas dengan pengoptimalan penggunaan sarana produksi yang tersedia dengan nilai 0,071 dan yang terakhir adalah mengoptimalkan penggunaan sarana produksi dengan modal yang tersedia dengan nilai 0,042.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Adapun implikasi yang dapat dibuat yaitu :

1. Memperluas jangkauan pemasaran dan targetan pasar tidak hanya wilayah Sumatera Selatan saja tetapi ke wilayah pulau Jawa dan kota-kota besar lainnya serta melakukan promosi dan sosialisasi beras organik produksi Gapoktan Sumber Makmur menggunakan berbagai media sosial, pameran atau media lainnya.
2. Melakukan pengembangan produk beras organik sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen dan bisa mencakup seluruh lapisan masyarakat seperti

grading, berbagai bentuk kemasan dan jenis-jenis beras yang beragam.

3. Melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang ahli dalam mengatasi masalah-masalah yang terkait budidaya padi organik maupun peningkatan produksi padi organik.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Gapoktan memiliki sembilan kekuatan dan lima kelemahan. Telah memiliki sertifikat organik merupakan kekuatan dengan bobot paling tinggi sedangkan luas lahan semakin berkurang memiliki kelemahan paling tinggi.
2. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Gapoktan memiliki lima peluang dan tiga ancaman. Pasar terbuka luas memiliki bobot peluang paling tinggi sedangkan serangan OPT (wereng) menjadi ancaman paling tinggi.
3. Terdapat delapan alternatif strategi dalam pengembangan usaha padi organik pada gapoktan dengan prioritas strategi yaitu menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk memperluas jangkauan pemasaran.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan Gapoktan Sumber Makmur dapat memberikan jaminan pasar kepada petani anggota dengan bekerjasama dengan pihak yang terkait sehingga tidak ada lagi petani yang beralih menanam padi konvensional.
2. Dalam pengimplementasian alternatif strategi pengembangan padi organik sebaiknya dilakukan dengan kerjasama yang baik oleh setiap *stakeholder* maupun pengurus dan petani anggota gapoktan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliansi Organik Indonesia. 2017. *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2016* Juli 2017. M. S. Rohman Et Al., Eds., Bogor: Aliansi Organik Indonesia.
- Arsyad Dm, Saidi Bb, Enrizal. (2014). Pengembangan Inovasi Pertanian Di Lahan Rawa Pasang Surut Mendukung Kedaulatan Pangan. *Pengembangan Inovasi Pertanian* 7(4):169-176.
- Artini W. (2016). Kebutuhan Petani Untuk Pengembangan Usahatani Padi Organik (Studi Kasus Terhadap Kelompok Petani Padi Organik Di Kabupaten Kediri). *Jurnal Agrinika* 1(1):12-26.
- Darmanto E, Latifah N, Susanti N. (2014). Penerapan Metode Ahp (Analythic Hierarchy Process) Untuk Menentukan Kualitas Gula Tumbu. *Jurnal Simetris* 5(1):75-82.
- Effendi Bs. (2009). Strategi Pengendalian Hama Terpadu Tanaman Padi Dalam Perspektif Praktek Pertanian Yang Baik (Good Agricultural Practices). *Pengembangan Inovasi Pertanian* 2(1):65-78.
- Fauzi D, Martadona I. (2019). Strategi Pemasaran Padi Organik Di Kelompok Tani Padi Rimbun Kota Padang. *Jurnal Pangan* 28(1):1-10.
- Gerrard C, Janssen M, Smith L, Hamm U, Padel S. (2013). Uk Consumer Reactions To Organic Certification Logos. *British Food Journal* 115(4):727-742.
- Hefnawy A El, Mohammed As. (2014). Review Of Different Methods For Deriving Weights In The Analytic Hierarchy Process. *International Journal Ofthe Analytical Hierarchy Process* 6(1):2-17.
- Ildrakasih N, Chalil D, Konsumen K. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Beras Organik. *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness* 2(5):1-10.
- Junaidi A. 2008. *Analisis Efisiensi Usahatani Padi Organik (Studi Kasus Di Desa Sumber Ngepoh Kecamatan Lawang Kabupaten Malang*. [Internet] [Diakses Pada Tanggal 18 Desember 2019]. Tersedia Pada : Http://Student-Research.Umm.Ac.Id/Index.Php/Dept_Of_Agribisnis/Article/View/707. [09
- Kangas J, Pesonen M, Kurttila M, Kajanus M. 2001. A ' Wot : Integrating The Ahp With Swot Analysis. In *Proceedings - 6th Isahp 2001*. Berne, Switzerland. 189-198.
- Mayrowani H. (2012). Pengembangan Pertanian Organik Di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 30(2):91-108.
- Mutakin J. 2010. Budidaya Dan Keunggulan Padi Organik Metode Sri (System of Rice Intensification). [Internet] [Diakses pada 15 Oktober 2019] Tersedia pada:<http://demo.mb.ipb.ac.id/uploads/File/Artikel/2012/ARTIKEL%2520SR I.pdf>.
- Nelson E, Rindermann Rs De, Tovar Lg, Cruz Mag. (2010). Participatory Organic Certification In Mexico : An Alternative Approach To Maintaining The Integrity Of The Organic Label. *Agriculture And Human Values* 27(1):227-237.
- Novita. (2013). Peran Sertifikasi Organik Bagi Petani Berskala Kecil Dengan Jangkauan Pasar Lokal (Studi Empiris Pada Petani Berskala Kecil Organik Di Bogor, Jawa Barat). *Jurnal Magister Manajemen* 8(2):1-20.
- Pornpratansombat P, Bauer B, Boland H. (2011). The Adoption Of Organic Rice Farming In Northeastern Thailand. *Journal Of Organic Systems* 6(3):4-12.
- Pramitasari R, Astuti M, Marsono Y, Teknologi D, Pertanian H, Pertanian Ft, Mada Ug. (2018). Formulasi Minuman Bubuk Berbahan Dasar Beras Hitam (*Oryza Sativa L. Indica*) Untuk Lansia Penyandang Diabetes Mellitus Tipe 2. *Agritech* 38(1):16-22.
- S Suhartini , Widodo, S Irham H. (2006). Sikap Dan Perilaku Berkelanjutan Pada Petani Organik Dan Non Organik Di Kabupaten

- Sragen Dan Implikasinya Terhadap Kualitas Lahan, Biodiversitas Dan Produktivitas Tanaman Padi. *Jurnal Pertanian Agros* 8(1):90-102.
- Sa'adah Imas Rita, Supriyanta, Subejo. (2013). Keragaman Warna Gabah Dan Warna Beras Varietas Lokal Padi Beras Hitam (*Oryza Sativa* L.) Yang Dibudidayakan Oleh Petani Kabupaten Sleman, Bantul, Dan Magelang. *Vegetalika* 2(3):13-20.
- Saaty Tl. (2008). Decision Making With The Analytic Hierarchy Process. *Scientia Iranica* 9(3):215-229.
- Stefani E, Nurmalina R, Rifin A. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Beras Hitam Pada Asosiasi Tani Organik Sawangan Di Kabupaten Magelang. *Agraris : Journal Of Agribusiness And Rural Development Research* 3(1):57-66.
- Sulistiyana P, Mulyo Jh, Jamhari. (2014). Konsumsi Beras Organik Pada Tingkat Rumah Tangga Di Kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi* 24(1):25-34.
- Suryadi M. 2011. *Pengembangan Beras Kualitas Premium Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Padi: Studi Kasus Pengembangan Beras Organik*. Institut Pertanian Bogor.
- Suryani S, Maryunianta Y, Kusuma Si. (2014). (Kasus : Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). *Journal Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*, 3(9):1-14.
- Suwantoro A. 2008. *Analisis Pengembangan Pertanian Organik Di Kabupaten Magelang (Studi Kasus Di Kecamatan Sawangan)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Utami Dp. (2011). Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Organik Di Kabupaten Sragen. *Mediagro* 7(1):41-58.
- Yudhistra N. (2017). Penentuan Strategi Pemasaran Beras Herbal Forte Cv An-Nahlah Jember. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 11(2):248-258