

BOTANI

MENINGKATKAN TARAF EKONOMI PETANI

Buku berjudul “Botani” Meningkatkan Taraf Ekonomi Petani ini dirancang untuk membantu para petani agar dapat menyikapi berbagai masalah yang sering dihadapi di dunia pertanian. Buku ini juga bercerita tentang bagaimana cara mengelola hasil pertanian serta bagaimana cara mengembangkan usaha industri rumahan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi petani.

Secara umum, buku ini berbicara mengenai bagaimana proses bertani hingga mengembangkannya menjadi suatu produk melalui strategi-strategi yang telah dijelaskan dan dikembangkan sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian petani.

Dengan adanya buku ini diharapkan bisa menambah wawasan masyarakat terkait strategi apa yang wajib dikembangkan untuk meningkatkan kreatifitas masyarakat dalam mengelola hasil pertanian dan perkebunan menjadi suatu produk makanan atau minuman yang dapat diperjualbelikan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan para petani.



Pustakaegaliter.com

Instagram: pustaka_egaliter Facebook: PustakaEgaliter WhatsApp: +6287738744427



M. Imamuddin, Dhaifullah Rafif, Elsi, dkk.

BOTANI
MENINGKATKAN TARAF EKONOMI PETANI



BOTANI

MENINGKATKAN TARAF EKONOMI PETANI



M. Imamuddin, Dhaifullah Rafif, Elsi, Febila Resyafrina,
Hafika Annisaa, Hafizatur Rahmah, Hana Afifah, Hilma
Safitri, Nelisca Deninta Fitriani, Nisa Mahmudah, Iivia
Yolanda, Putri Oktora Ningsih, Putri Yalis, Rahmadani,
Tanti Afriani

Editor : Dr. M. Imamuddin, M.Pd., M.E

Editor:

Dr. M. Imamuddin, M.Pd., M.E

BOTANI

MENINGKATKAN TARAF EKONOMI PETANI

Penulis:

**M. Imamuddin, Dhaifullah Rafif, Elsi, dkk. M.
Imamuddin, Dhaifullah Rafif, Elsi, Febila Resyafrina,
Hafika Annisaa, Hafizatur Rahmah, Hana Afifah,
Hilma Safitri, Nelisca Deninta Fitriani, Nisa
Mahmudah, Olivia Yolanda, Putri Oktora Ningsih,
Putri Yalis, Rahmadani, Tanti Afriani**



Pustakaegaliter.com

 pustaka_egaliter  PustakaEgaliter  +6287738744427



BOTANI MENINGKATKAN TARAF EKONOMI PETANI

Penulis: M. Imamuddin, Dhaifullah Rafif, Elsi, Febila Resyafrina, Hafika Annisaa, Hafizatur Rahmah, Hana Afifah, Hilma Safitri, Nelisca Deninta Fitriani, Nisa Mahmudah, Olivia Yolanda, Putri Oktora Ningsih, Putri Yalis, Rahmadani, Tanti Afriani

Editor: Dr. M. Imamuddin, M.Pd., M.E

Layout: Dhaifullah

Desain Cover: Taufik A.

Diterbitkan oleh:



Pustaka egaliter

PUSTAKA EGALITER

Klebengan Jl. Apokat CT 8 Blok E, No. 2A
Karanggayam, Depok, Sleman, Yogyakarta

Cetakan Pertama, Oktober 2022

ISBN 978-623-8018-36-9

vi+288 hlm, 15.5 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

All right reserved

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan penulis kelancaran dalam menyelesaikan artikel ilmiah yang dijadikan sebuah buku yang berjudul **“BOTANI, Meningkatkan Taraf Ekonomi Petani”**.

Buku ini ditulis sebagai rujukan untuk masyarakat, mahasiswa dan pelaku bisnis yang dijadikan sebuah pedoman untuk memberikan pengetahuan serta minat tentang pengelolaan hasil botani dalam mengembangkan perekonomian masyarakat. Buku ini terdiri dari berbagai judul dan disesuaikan temanya dengan prodi yaitu Manajemen Bisnis Syariah berbasis kampung halaman masing- masing.

Buku ini menjelaskan bagaimana strategi yang dapat diaplikasikan dalam pengelolaan hasil botani yang lebih baik, agar hasil botani yang dikelola dapat memberikan manfaat untuk masyarakat terkhususnya dalam meningkatkan taraf ekonomi para petani.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terkait dalam pembuatan buku ini serta memberikan kontribusi berupa saran ataupun kritikan kepada penulis dalam penyelesaian buku. Penulis juga meengetahui bahwasannya dalam pembuatan buku ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap kritikan dan saran kepada semua pihak dalam memberikan masukan untuk perbaikan penulisan kedepannya.

Bukittinggi, Oktober 2022

Dr. M. Imamuddin, M.Pd., M.E

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat	1
Strategi Pengembangan Usaha Pabrik Tahu Pak De Untuk Meningkatkan Penghasilan Dalam Perspektif Islam	19
Peranan Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Petani Padi Pada Masyarakat	37
Peluang Bisnis Baru Di Nagari Balingka (Kebun Stroberi)	55
Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan Dan Meningkatkan Produksi Home Industri Gula Semut	71
Analisis Pengaruh Produksi Jagung Terhadap Kesejahteraan Petani	89
Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa Sawit	109
Strategi Pengembangan UMKM Kripik Tempe Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat	141
Strategi Pengembangan Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Kripik Singkong	157
Pertanian Menggunakan Akad Mukhabarah Sebagai Penunjang Ekonomi Masyarakat	183
Dampak Penurunan Harga Sawit Terhadap Kesejahteraan Petani Sawit	211

Upaya Pembelian Pupuk Bersubsidi Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Petani _____219

Strategi Pengembangan Usaha Jagung Goreng Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat _____237

Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Usaha Kipang Kacang Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat _____257

PROFIL PENULIS BUKU KKN KELOMPOK 97_281

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JAMUR TIRAM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT

Dhaifullah Rafif, M. Imamuddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis

Syariah, FTIK UIN Bukittinggi

Email: dhaifullahrafifxiips3@gmail.com

m.imamuddin76@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha jamur tiram yang menjadi pendapatan masyarakat. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik analisa data dengan bertanya langsung kepada pemilik usaha jamur tiram dan menarik kesimpulan. Lokasi penelitan dikelurahan Tigo Koto Dibaruah di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian adalah strategi pengembangan usaha jamur tiram diperoleh beberapa faktor seperti faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor peluang dan terakhir faktor ancaman. Budidaya jamur tiram ini juga dapat meningkatkan perekonomian dan mendatangkan kesempatan kerja bagi masyarakat dikelurahan Tigo Koto Dibaruah. Jamur tiram merupakan tumbuhan yang terbilang mudah dalam perawatannya karena jamur tiram ini tidak perlu diberi pupuk rutin dan disiram setiap hari, cukup menjaga kebersihan dan suhu kandang.

Kata Kunci: *Jamur Tiram, Strategi Pengembangan, Pendapatan Masyarakat*

PENDAHULUAN

Usaha kecil adalah bentuk usaha kecil dimasyarakat yang dibuat atas inisiatif individu. Kebanyakan orang berpikir bahwa usaha kecil hanya menguntungkan pihak tertentu. Padahal, UKM memainkan peran yang sangat penting dalam pengurangan pengangguran di Indonesia. Usaha kecil memanfaatkan berbagai potensi SDA di daerah yang tidak diolah secara komersial. Usaha kecil dapat membantu

mengolah SDA di wilayah mana pun. Hal ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan daerah dan pemerintah di Indonesia (Mariana Kristiyanti, 2012:64).

Muhammad Akbar Fatria (2017) dalam Badan Pusat Statistik (2005) menyatakan bahwa Industri rumahan adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengubah bahan pokok menjadi barang jadi atau setengah jadi atau mengubah barang yang berharga murah menjadi barang yang bernilai tinggi untuk dijual, yang dilakukan oleh 1-4 orang secara keseluruhan. Upaya pengembangan UKM berdasarkan Pasal 14, 15, dan 16 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Menengah mewajibkan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk melakukan kegiatan seperti produksi, pengolahan dan pemasaran yang dirancang untuk melindungi usaha kecil dalam area berikut; membimbing dan mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi dengan cara meningkatkan teknik manajemen dan teknik produksi, meningkatkan keterampilan desain dan merekayasa, dan memberikan kemudahan dalam pengadaan peralatan dan infrastruktur untuk bahan baku, bahan penolong, produksi kemasan dan pengolahan (Arifah, 2011:229).

Jamur tiram putih (*Pleurotus florida*) terkenal pada sekarang ini, sebab salah satu jamur kayu yang sangat lezat saat dikonsumsi dan terdapat gizi yang relatif tinggi pada jamur tiam dibandingkan dengan jamur lainnya, sebagai akibatnya jamur tiram mulai ramai dibudidayakan pelaku ukm. Selain jamur ini memiliki sifat adaptasi yang baik dengan lingkungan, juga mempunyai tingkat produktivitas yang relatif tinggi.

Biasanya jamur tiram putih salah satu jamur kayu yang dibudidayakan pada daerah dengan ketinggian sekitar (800-1.300 mdpl). walaupun demikian jamur tiram juga dapat

dibudidayakan pada ketinggian menengah (400-800mdpl) dan ketinggian rendah setinggi (≤ 400 mdpl). Pada ketinggian menengah dan ketinggian rendah diperlukan modifikasi lingkungan yang diperlukan untuk pertumbuhan jamur tiram tersebut agar dapat di budidayakan (Maulana E. 2012).

Permintaan konsumen terhadap produk jamur tiram sangat tinggi dan peluang bisnis jamur tiram ini masih terbuka lebar karena tidak terpenuhinya permintaan pasar oleh produsen jamur tersebut. Usaha jamur tiram meliputi mulai dari pengadaan bahan baku dan media budidaya kantong jamur hingga budidaya dan penjualan jamur tiram serta pengolahan jamur. Karena tingginya permintaan jamur tiram di pasar, para petani jamur tiram memiliki harapan besar untuk menghasilkan pendapatan yang cukup besar dari budidaya jamur tiram (Nugraheni Retnaningsih & Bambang N.C, 2017:62).

Seperti industri rumah tangga yang ada di kelurahan Tigo Koto Dibuah kota Payakumbuh yang sebagian besar masyarakatnya memilih berusaha jamur tiram. Industri rumah tangga tersebut diketahui sudah berkembang dari tahun 2008 hingga sekarang. Peran dari usaha jamur tiram ini mampu membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat di kelurahan Tigo Koto Dibuah, dengan adanya usaha ini mampu meningkatkan perekonomian masyarakat karena besarnya permintaan pasaran yang memiliki peluang yang besar untuk memperoleh penghasilan yang lumayan dari hasil jamur tiram tersebut, jamur memiliki faktor berpeluang besar karena jamur salah satu jenis produk hortikultura. Tanaman hortikultura mudah rusak dan umumnya dikonsumsi dalam keadaan segar, sehingga harus berhati-hati saat menanganinya. (Asminar, Ayu Alda Vera & Asnawati Is, 2020 dalam Hermayanti, 2013). faktor peluang jamur tiram

selanjutnya selain mengandung gizi yang cukup tinggi dibandingkan jamur lainnya, penggunaan pestisida saat membudidayakan jamur relatif sedikit jadi aman untuk di konsumsi, harga jamur pun juga terjangkau sehingga hampir semua kalangan mampu membelinya.

Sebagai protein nabati bebas kolesterol, jamur tiram memiliki khasiat bagi kesehatan manusia yang dapat mencegah penyakit jantung, hipertensi, bagi yang ingin diet jamur bisa salah satu menu makanan penurunan berat badan, obat diabetes, obat anti tumor, dan obat anemia. (Asminar, Ayu Alda Vera & Asnawati Is, 2020 dalam Suriawiria, 2006). Jamur tiram banyak di budidayakan di daerah ketinggian 800- 1.300 MDPL. Namun jamur tiram juga bisa di budidayakan di dataran menengah (400-800 MDPL) dan dataran rendah kurang lebih 400 MDPL akan tetapi dengan cara memodifikasi lingkungan yang di perlukan untuk pertumbuhannya dan bisa dibudidayakan seterusnya. Sehingga usaha jamur tiram ini sangat berpeluang bagus untuk dikembangkan dan berpotensi mengalami kemajuan.

METODE PENELITIAN

Penulis menerapkan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menganalisis suatu peristiwa atau kenyataan yang terjadi pada saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa sebuah strategi pengembangan usaha jamur tiram yang menjadi pendapatan masyarakat di Kelurahan Tigo Koto Dibuah Kota Payakumbuh. Teknik analisa data yang penulis terapkan pada penelitian ini yaitu dengan bertanya langsung kepada pemilik usaha jamur tiram dan menarik kesimpulan.

PEMBAHASAN

1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, gabungan dari kosa kata *stratos* atau prajurit dan *ego* atau pemimpin. Sebuah strategi yang memiliki dasar atau skema untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yang pada dasarnya Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah seni keterampilan serta sumber daya organisasi agar tercapai tujuan lewat kerjasama yang efektif dengan lingkungan dibawah kondisi maupun situasi yang paling menguntungkan (Sesra Budio, 2019).

Strategi dalam bisnis dapat diartikan yaitu penyesuaian terhadap situasi lingkungan yang penting, dan disusun melalui pertimbangan yang matang yang dirasa pantas untuk memecahkan suatu masalah serta mencapai tujuan suatu perusahaan guna untuk bertahan dari persaingan pengusaha lain. Strategi bisnis disebut sebagai strategi bisnis fungsional sebab mencakup fungsi dari kegiatan manajemen seperti strategi penjualan, strategi produksi atau operasional, dan strategi pemasaran.

2. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah rencana eksekusi yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dalam pengembangan bisnis. Selain itu, strategi pengembangan juga berdampak pada kelangsungan hidup organisasi dalam jangka panjang, minimal lima tahun. Oleh karena itu, sifat dari strategi pembangunan adalah berorientasi ke masa depan. Perusahaan memiliki strategi dalam mengembangkan produknya. Dalam membangun atau mempertahankan pemasaran, Anda perlu membuat produk alternatif. Bisnis dapat menyusun strategi untuk mengatasi

ancaman eksternal dan menangkap peluang yang ada (Muhammad Afridhal, 2017:224).

Sebuah strategi pengembangan produk dapat diimplementasikan dalam beberapa tahap. Itu adalah:

- a. Pembuatan ide dimulai dengan pencarian ide harus mendefinisikan produk dan pasar yang akan ditekankan pada tahap ini dan menentukan tujuan dari produk baru tersebut.
- b. Penyaringan ide, yaitu dengan mengorganisasikan ide dengan baik, sehingga mendatangkan ide-ide, kemudian mengecek ide-ide tersebut untuk mendapatkan ide yang baik dan diharapkan.
- c. Pengembangan dan pengujian konsep, ide-ide menarik tersebut kemudian disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Pada tahap ini, kita dapat membedakan antara ide produk, konsep produk, serta citra produk.
- d. Mengembangkan strategi pemasaran, tahap selanjutnya adalah merumuskan kembali rencana strategi pemasaran awal untuk peluncuran produk baru.
- e. Analisis bisnis yaitu menilai bisnis dengan daya pikat yang membuat banyak penjualan, harga, dan keuntungan agar menentukan jumlahnya tepat sasaran.
- f. Mengembangkan produk, produk dikembangkan lebih lanjut menjadi produk jadi.
- g. Pengujian pasar, memastikan kinerja produk memenuhi harapan, produk siap dihias dengan branding, pengemasan, dan program pemasaran awal.
- h. Komersialisasi, pengujian pasar potensial, memberikan informasi yang cukup untuk

memutuskan apakah layak meluncurkan produk baru tersebut.

3. Usaha Jamur Tiram

Jamur tiram (*Pleurotus florida*) termasuk salah satu jenis tanaman hortikultura yang dibudidayakan didaerah dengan ketinggian (800-1.300 mdpl), walaupun demikian jamur tiram juga dapat dibudidayakan pada ketinggian menengah (400-800mdpl) dan ketinggian rendah setinggi (≤ 400 mpdl). Pada ketinggian menengah dan ketinggian rendah diperlukan modifikasi lingkungan yang diperlukan untuk pertumbuhan jamur tiram tersebut agar dapat di budidayakan.

Jamur tiram selain enak juga mengandung gizi yang cukup tinggi jika dibandingkan jamur lain. Jamur tiram bermanfaat untuk kesehatan manusia karna memiliki protein nabati dan tidak mengandung kolesterol yang dapat menghambat timbulnya penyakit seperti penyakit jantung, darah tinggi, dan solusi bagi yang ingin diet untuk mengurangi berat badan, jamur tiram juga sebagai obat diabetes, obat anemia, dan obat anti tumor (Asminar, Ayu Alda Vera & Asnawati Is, 2020 dalam Suriawiria, 2006).

Memiliki rasa yang enak dan mengandung khasiat yang banyak membuat permintaan pembeli terhadap jamur tiram ini cukup besar sehingga bisnis jamur tiram saat ini dan di masa yang akan datang memiliki peluang bisnis yang bagus, sebab permintaan pasar belum bisa terpenuhi oleh produsen.

4. Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diperoleh dari hasil sebuah usaha yang dilakukan perusahaan maupun perorangan dari aktivitas jual beli sebuah produk ataupun pemberian layanan berupa jasa kepada konsumen.

Pertumbuhan pendapatan merupakan suatu hal yang sangat penting dari penerimaan pasar atas produk maupun jasa disuguhkan perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang secara konsisten serta pertumbuhan keuntungan yang dianggap penting dalam perusahaan yang akan dijual kepada publik lewat saham untuk menarik para investor (Detri Ramadani et al., 2021 dalam Aris Kurniawan, 2021).

Pendapatan diperoleh dari operasi, pendapatan operasi diperoleh dari **Penjualan Kotor** yaitu: penjualan sebagaimana yang telah tercantum dalam jumlah awal pembebanan atau faktur sebelum dikurangi penjualan return serta potongan penjualannya. **Pendapatan Bersih** yaitu: penjualan yang didapatkan dalam penjualan kotor serta dikurangi return penjualan dan ditambahkan potongan penjualan lainnya.

Samuelson (2002) dalam Muttaqin (2014:3) mengatakan pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Peningkatan pendapatan masyarakat merupakan kemampuan masyarakat melalui peningkatan daya beli keluarga untuk mendanai kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sosial.

Rosyidi (2006:100-101) berpendapat bahwa pendapatan masyarakat adalah aliran uang dari dunia usaha ke masyarakat dalam bentuk upah, bunga, sewa serta keuntungan. Upaya peningkatan pendapatan masyarakat lewat program pemberdayaan yang pelaksanaannya antara lain:

- a. Dukungan pinjaman untuk pembiayaan usaha melalui program nasional untuk peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan.
- b. Pengembangan motivasi bekerja dan berusaha pelatihan.
- c. Pelatihan keterampilan usaha ekonomi.

Peningkatan pendapatan masyarakat merupakan bagian dari pelaksanaan pembangunan dan pembagian hasil pada semua lapisan masyarakat, tanpa terkecuali, termasuk pembangunan ekonomi masyarakat setempat. Faktor-faktor berikut mempengaruhi pendapatan:

a. Jam kerja

Pendapatan yang diperoleh seseorang dari pekerjaan dengan menghabiskan waktu bekerja untuk menghasilkan barang atau jasa. Secara teoritis, intensitas tenaga kerja yang tersedia yang dimasukkan seseorang ke dalam pekerjaan dipengaruhi oleh jumlah upah yang diperoleh pekerjaan itu. Semakin tinggi upah, semakin banyak waktu yang bersedia dihabiskan orang. Di sisi lain, semakin banyak jam kerja yang dilakukan seseorang, semakin banyak pekerjaan yang dapat mereka selesaikan, dengan jam kerja lebih lama atau biasa di sebut overtime maka akan mendapatkan penghasilan lebih banyak. Ringkasannya semakin banyak jam anda bekerja, semakin tinggi penghasilan anda.

b. Pengalaman Kerja

Pelatihan selama jam kerja memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan. Karena hasil yang diinginkan dari implementasi atau pengalaman kerja adalah peningkatan pengetahuan,

keahlian atau keterampilan, dan menyediakan fasilitas serta lingkungan yang dapat menghasilkan produktivitas tenaga kerja yang maksimal dan kualitas yang lebih tinggi. Oleh karena itu, peningkatan distribusi pendapatan atau upah menyebabkan peningkatan produktivitas tenaga kerja, produktivitas kerja tersebut bisa dimaksimalkan dengan pelatihan pada saat pekerjaan tersebut.

Masa kerja seseorang dalam pekerjaannya adalah suatu proses latihan sambil melakukan pekerjaan, baik latihan di dalam pekerjaan ataupun di luar pekerjaan. Latihan ini akan menaikkan kemampuan dan keterampilan seseorang untuk melakukan pekerjaan sehingga bisa mempertinggi produktivitas. Pelatihan di luar pekerjaan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi karyawan baik secara horizontal maupun vertikal.

c. Perbedaan pengimbang

Gaji hanyalah salah satu dari banyak faktor yang perlu dipertimbangkan ketika mencari pekerjaan. Beberapa pekerjaan mudah, menyenangkan dan aman, akan tetapi ada juga banyak pekerjaan yang sulit dan berbahaya. Jelas bahwa orang akan memilih pekerjaan yang lebih mudah, lebih menyenangkan, dan lebih stabil, terlepas dari tingkat gajinya. Oleh karena itu, pekerjaan yang baik atau menyenangkan akan membayar lebih sedikit daripada pekerjaan yang buruk.

d. Modal manusia

Modal manusia adalah akumulasi investasi dalam perorangan tersebut. Salah satu bentuk modal manusia yang paling penting menjadi kuncinya yaitu pendidikan. Pendidikan, seperti semua bentuk modal lainnya, didasarkan pada pengeluaran beberapa sumber daya untuk meningkatkan produktivitas masa depan.

Istilah modal umumnya berfokus pada persediaan alat-alat dan struktur ekonominya. Persediaan barang modal kami adalah sebagai berikut: Traktor pertanian, pekerja pabrik, dll. Tidak mengherankan, pekerja dengan modal manusia tinggi rata-rata berpenghasilan lebih tinggi daripada pekerja lain dengan modal manusia terbatas.

Budidaya jamur tiram merupakan suatu usaha yang bagus dan tidak dilarang dalam Islam. Selagi usaha pembudidayaan jamur tiram dilakukan sesuai dengan prinsip syariat Islam dengan tidak melakukan kecurangan, tidak menipu orang lain. Dengan adanya budidaya jamur tiram, membukakan kesempatan kerja bagi masyarakat.

Usaha jamur dikelurahan Tigo Koto Dibaruah berawal didaerah payolinyam yang sudah berlangsung selama 15 tahun dari tahun 2007, pada saat itu belum banyak yang membudidayakan jamur tiram di Payolinyan hingga berkembang sampai saat ini masyarakat pada umumnya membudidayakan jamur ini. Elmira sebagai salah seorang pembudidaya jamur tiram menuturkan:

"Pada awalnya, hanya 6 orang pengusaha yang membudidayakan jamur tiram tersebut. Hingga tahun 2022, kemaren-kemaren kami terakhir mendatanya ada sekitar 110 yang berusaha jamur tiram dikelurahan Tigo Koto Dibaruah. Dari 110 orang pembudidaya tersebut mayoritas warga payolinyam, adapun dari warga nankodok hanya saja satu dua orang saja, tidak banyak".

Helmawati membenarkan perkataan Elmira, pada saat 2007 memang sedikit yang berusaha jamur tiram tersebut didaerah payolinyam dan pada saat ini menjadi pendapatan tambahan bagi sebagian besar masyarakat payolinyam. Yulinar mengatakan:

"Usaha jamur tiram bisa menjadi tambahan pendapatan bagi kami, bahkan sebagian warga menjadikan usaha jamur tiram sebagai usaha utamanya karena banyaknya permintaan pasar dan sedikitnya pembudidaya jamur tiram pada tahun 2007. Hingga saat ini pun kami belum bisa memenuhi permintaan pasar."

Menurut informasi yang penulis dapat melalui wawancara dengan Elmira, proses kegiatan budidaya jamur tiram sebagai berikut:

- 1) Bahan bahan yang diperlukan untuk diaduk sebagai bahan awalnya adalah serbuk kayu, dolomit/gypsum (CaSO_4), dadak/bekatul,
- 2) Setelah itu, 3 bahan tersebut di aduk, dan biasanya narasumber menakar sekali aduk 10 karung,

- 3) Setelah di aduk rata, beri air sedikit saja hingga lembab agar adukannya tidak basah dan tidak juga kering keadalam 3 bahan tersebut,
- 4) kemudian di kompos selama 1-2 malam,
- 5) Setelah itu dibungkus kedalam plastik baglog jamur tiram,
- 6) Setelah di bungkus kedalam plastik baglog di kukus selama 8 jam didalam drum bekas,
- 7) Setelah di kukus selama 8 jam didalam drum, dinginkan sebentar dan di sisi bibit,
- 8) kemudian dari pengisian bibit memerlukan waktu selama 45 hari untuk bisa dipanen, dan masa panennya maksimal 4-6bln, dan selama 4-6bulan jamur bisa dipanen setiap hari.

Usaha budidaya jamur tiram Elmira membutuhkan 3 tenaga kerja yang tenaganya diperlukan pada proses pembungkusan saja pada bahan yang sudah di kompos tadi, sedangkan proses lainnya dilakukan sendiri oleh Elmira. Tenaga kerja digaji perbaglog yang sanggup ia bungkus. Satu bungkus baglog tenaga kerja digaji Rp 200, dalam 300kg serbuk kayu menghasilkan sekitar 525 baglog. Jika 3 orang membungkus 525 baglog maka perorang nya bisa membungkus sekitar 175 baglog dan apabila perbaglog dibayar Rp 200 maka mereka bisa *dapat* gaji sekitar Rp 35.000. Dengan upah sebanyak itu lumayan untuk menambah sedikit pendapatan dalam sehari sebagai pekerjaan sampingan, yang mana pekerja tersebut sudah ada pekerjaan tetap.

Masalah perawatan, jamur tiram paling mudah perawatannya dibanding tanaman sayur sejenisnya, karena tidak harus dipupuk setiap hari dan tidak harus disiram setiap hari. Perawatannya hanya menjaga kebersihan kandang budidayanya, apabila ada sisa-sisa hasil panen yang berjatuhan, itu harus di bersihkan agar tidak mengundang ulat yang akan membawa hama bagi jamur tersebut. Jika jamur sudah terkena hama susah untuk membasminya dan menggagalkan panen berikutnya, karna tidak mungkin menggunakan racun hama sedangkan jamur tiram untuk di konsumsi. Setelah panen dilakukan penyemprotan dengan air bersih sekali jalan saja tidak perlu di ulang agar tidak basah untuk baglog jamurnya, dan itupun tidak wajib setiap hari setelah panen disemprot, boleh dalam 2hari lakukan sekali penyemprotan. Penyemprotan dilakukan untuk pengembunan buatan agar suhu dalam kandang tidak terlalu panas sebab sebab budidayanya dilakukan didataran rendah dan menengah.

Penjualan usaha jamur tiram buk Elmira ini lebih banyak pemasarannya keluar kota seperti: ke kota Bukittinggi, Kota Padang, bahkan keluar sumatera barat yaitu Riau. Masalah harga jamur tiram, Elmira menjual jamur ke toke-toke dengan harga sekitar Rp 13.000/kg beda kalau saat bulan puasa bisa Rp 14.000/kg, sedangkan Elmira menjual dipasaran dengan harga Rp 20.000/kg-nya. Untuk pengiriman keluar kota ongkos pengiriman ditanggung oleh pembeli, dan dari tahun 2007 awal berusaha jamur hingga sekarang tidak pernah ada

kenaikan harga jual pada jamur tiramnya. Perkiraan pendapatan Elmira dalam panen setiap hari selama satu bulan sekitar Rp 1.950.000, jadi dalam masa panen budidaya jamur tiram selama 4-6 bulan memperoleh pendapatan Rp 7.800.000 – Rp 11.700.000.

Pemerintah memiliki andil pada usaha ini, untuk produksi rendang pemerintah memberikan bantuan berupa barang: seperti kualiti untuk membuat rendang jamur. Sedangkan untuk budidaya jamur tiram pemerintah memberikan bantuan dalam bentuk memberikan pelatihan-pelatihan, dan labor (hak pakai) bagi masyarakat kelurahan Tigo Koto Dibuah khususnya Payolinyam untuk pembibitan yang berlokasi di kantor BPP.

Adapun risiko menurut Elmira dalam pembudidayaan jamur tiram ini dalam pembibitan pasti ada yang gagal, kalau gagal sudah rugi dimodal beberapa persen. Sebab sebab gagalnya adalah:

- 1) Jika serbuk kayunya bercampur dengan serbuk kayu berminyak seperti serbuk kayu batang pinus, serbuk kayu kelapa.
- 2) Risiko pada proses pengukusan, apabila pengukusan tidak masak maka akan berakibat gagal ataupun pada saat pengukusan terlalu masak juga akan berakibat gagal, jadi intinya tidak sembarangan pada proses pengukusannya.
- 3) Cuaca, jika cuaca terlalu panas jamur tiram pertumbuhannya kurang bagus atau terhambat,

bahkan kalau musim hujan juga akan berdampak buruk sebab keadaan jamur didalam bungkus basah karena dinginnya suhu dan terjadi pengembunan di dalam bungkus jamur yang menimbulkan bau. Bau tersebutlah yang mengundang ulat-ulat, dimana ulat tersebut membawa hama bagi jamur tiramnya.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan pada budidaya jamur tiram ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam strategi pengembangan usaha jamur tiram ini diperoleh dari beberapa faktor seperti faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor peluang dan terakhir faktor ancaman. Budidaya jamur tiram ini juga dapat meningkatkan perekonomian dan mendatangkan kesempatan kerja bagi masyarakat dikelurahan Tigo Koto Dibuah. Dengan adanya kesempatan kerja ini, masyarakat bisa menambahkan sedikit penghasilan dari pekerjaan sampingan ini.

Secara garis besar kegiatan budidaya jamur tiram yaitu pencampuran bahan-bahan yang diaduk sampai rata, lalu diberi sedikit air dan dikompos selama 1-2 malam. Setelah dikompos selama 1-2 malam kemudian dibungkus kedalam baglog jamur tiram dan dikukus selama 8jam didalam drum bekas dan didinginkan beberapa menit hingga tidak terlalu panas dan tidak dingin suhunya, lalu di isi bibit. Jamur tiram merupakan tumbuhan yang terbilang mudah dalam perawatannya karena jamur tiram ini tidak perlu diberi pupuk rutin dan disiram setiap hari, cukup menjaga kebersihan dan suhu kandang. jamur tiram ini bisa dipanen setiap hari dan dijual sehingga pendapatan juga akan semakin banyak dan meningkat. Jamur tiram sangat baik untuk kesehatan karena

jamur tiram banyak mengandung gizi yang cukup tinggi dibanding jamur lainnya. Serta jamur tiram juga memiliki khasiat bagi kesehatan manusia yang dapat mencegah penyakit jantung, hipertensi, bagi yang ingin diet jamur bisa salah satu menu makanan penurunan berat badan, obat diabetes, obat anti tumor, dan obat anemia. Sehingga masyarakat sangat mendukung usaha budidaya jamur tiram ini karena memberikan dampak yang positif bagi masyarakat setempat seperti memberikan lapangan pekerjaan dan menambah penghasilannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjung Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 3(1), 224.
- Arifah, T. (2011). Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Profil Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga*. Jakarta: BPS
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, 2(2), 58.
- Hermayanti O. 2013. Strategi pengembangan usaha tani jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) di dataran rendah. *Skripsi*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Kristiyanti, M. (2012). Peran strategis usaha kecil menengah (UKM) dalam pembangunan nasional. *Majalah Ilmiah Informatika*, 3(1), 64.

- Kurniawan, A. (2021). Pengertian Pendapatan-Konsep, Jenis, Sumber, Karakteristik, Pengukuran, Kriteria, Para Ahli. *Artikel Ilmiah*. dilihat pada tanggal 26 Agustus 2022.
- Maulana, E. (2012). *Panen Jamur Tiap Musim Panduan Lengkap Bisnis dan Budidaya Jamur Tiram*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J., & Safari, S. T. R. A. T. E. G. Y. (1998). *A guided tour through the wilds of strategic management*. New York.
- Elmira. *Wawancara Pribadi*. Perkembangan jumlah pengusaha budidaya Jamur Tiram. Kamis 25 Agustus 2022.
- Muttaqin, H. (2014). Analisis Pengaruh Pendapatan Kepala Keluarga Terhadap Konsumsi Rumah Tangga di Kecamatan Bandar Sakti. *Jurnal*, Universitas Almuslim, Lhokseumawe.
- Retnaningsih, N., & Bambang, N. C. (2017). Strategi Pengembangan Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kelompok Tani Aneka Jamur Desa Gondangmanis Kecamatan Karangpandan Kabupaten Karanganyar. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14(1), 62.
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suriawiria, U. 2006. *Budidaya Jamur Tiram*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Yulinar. *Wawancara Pribadi*. Usaha jamur tiram sebagai pendapatan tambahan bagi masyarakat payolinyam. Kamis 25 Agustus 2022.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PABRIK TAHU PAK DE UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Elsi

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email : elsye974@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities, Threat), bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan pada usaha Pabrik tahu Pak De di Nagari Ujung Gading Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dengan pengamatan secara langsung oleh peneliti pada pabrik tahu Pak De dengan cara mewawancarai karyawan pemilik pabrik. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian yang di peroleh oleh peneliti faktor utama dari belum berkembangnya usaha Pabrik Tahu Pak De ini adalah karena faktor internal yaitu belum adanya olahan baru yang dilakukan oleh pabrik tahu Pak De ini dan juga kurangnya strategi pemasaran dan promosi yang di lakukan oleh Pabrik tahu Pak De. Maka dengan cara membuat inovasi dan kreasi baru dari olahan tahu ini dan juga menambah strategi pemasaran dan promosinya dari pabrik tahu Pak De ini maka akan dapat lebih berkembang dan dapat meningkatkan volume penjualannya.

Kata Kunci : *Pengembangan Usaha, Analisis SWOT*

PENDAHULUAN

Islam mengatur kegiatan manusia dengan sebaik-baiknya termasuk juga dalam hal melakukan bisnis atau usaha. Dalam berbisnis tidak semua di perbolehkan, ada juga hal-hal yang di larang dalam islam. Seorang pebisnis dalam melakukan kegiatan produksi maupun distribusinya harus selalu terikat

dengan hukum islam. Tidak boleh melenceng dari aturan islam tersebut. (Aziz, 2013)

Sebagaimana Allah menyuruh hamba-hambaya untuk mencari harta kekayaan dan menikmati rezeki yang telah di berikan sebagaimana di jelaskan pada Quran Surah Al Mulk ayat:15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : *Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk mencari dan menikmati rezeki yang di berikan di bumi melalui cara yang halal. Ketika mencari rezeki seorang muslim harus tetap mengingat aturan Allah. Termasuk itu dalam memperoleh dan menggunakan harta yang dimiliki.

Pada era otonomi daerah pada sekarang ini pemerintah daerah memiliki peranan untuk membuat kondisi memobilisasi sumber daya dan juga keterampilan agar dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Salah satunya adalah dengan mendirikan home industri. (Mubaranto, 2016).

Seiring dengan itu banyak usaha yang dilakukan masyarakat untuk meningkatkan perekonomiannya tersebut salah satunya adalah dengan mendirikan pabrik tahu. Pabrik tahu adalah salah satu bisnis yang lumayan banyak di daerah Nagari Ujung Gading ini. Karena tahu merupakan salah satu makanan yang banyak digemari.

Tahu adalah merupakan makanan yang dibuat dari kacang kedelai yang difermentasikan yang diambil sarinya.

Tahu mempunyai protein nabati sebab mempunyai komposisi asam amino dan diyakini memiliki daya cerna yang bagus. Tahu adalah makanan yang populer di kalangan masyarakat. Dengan rasanya yang enak dan juga harga yang terjangkau masyarakat semakin mudah untuk mendapatkan dan menikmati makanan ini. Salah satu pabrik tahu yang ada di Ujung Gading ini adalah pabrik tahu Pak De yang terletak di Gang tahu Nagari Ujung Gading. Pabrik tahu ini sudah berdiri lebih kurang 40 tahun namun belum ada perkembangan yang pesat dari pabrik tahu ini. Dan produksi perhari nya juga masih belum mencapai target untuk pabrik yang sudah berdiri selama lebih kurang 40 tahun. Ini diakibatkan karena banyaknya pesaing yang juga mendirikan usaha yang sama yaitu pabrik tahu.

Semakin ketatnya persaingan usaha pada saat sekarang ini kita di tuntutan untuk selalu meningkatkan kualitas produk yang akan di produksi dan tidak lupa juga dengan cara menciptakan inovasi-inovasi baru dari produk kita agar mengundang minat para konsumen untuk mencoba produk kita. Guna untuk meningkatkan volume penjualan dari produk dan usaha kita dan juga agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dan dengan adanya inovasi dan kreasi baru dalam pengolahan tahu tersebut maka akan dapat meningkatkan harga jual dan menambah penghasilan bagi pemilik usaha. Namun karena tingginya angka persaingan pada pabrik tahu ini pemilik usaha juga terkadang tidak dapat memproduksi terlalu banyak tahu karena khawatir tidak akan terjual habis. Karena dalam daerah yang berdekatan terdapat sekitar 3 pabrik tahu juga yang sama-sama berusaha untuk memasarkan produk nya yaitu berupa tahu. Dan juga karena pemilik usaha hanya menjualkan produksi tahunya ke pasar-pasar saja tanpa ada media lain. Oleh karena itu penulis

dalam merumuskan strategi pengembangan usaha pabrik tahu ini mengambil pilihan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities* dan *Threats*) yang dihadapi dunia bisnis pabrik tahu saat ini (Siregar, 2014). Analisis SWOT ini akan sangat membantu untuk menganalisa kelemahan dan kelebihan dari pabrik tahu Pak De ini. Untuk itu penulisan ini bertujuan untuk mencari tahu usaha dan upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan penghasilan dan meningkatkan volume penjualan agar tercapainya kesejahteraan pada masyarakat di pabrik tahu ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya dan usaha apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan penghasilan pada pabrik tahu Pak De. Penelitian ini dilakukan langsung di pabrik tahu Pak De di Gang Tahu Nagari Ujung Gading Kecamatan Lembah dengan alasan mudah di jangkau oleh penulis dan sumber data juga berada pada pabrik nya langsung. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis pada penelitian ini adalah dengan Observasi. Dalam melaksanakan observasi peneliti langsung melakukan pengamatan ke lokasi untuk mencari tahu bagaimana strategi yang digunakan pemilik pabrik tahu Pak De ini.

PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Daerah

Ujung Gading merupakan Nagari yang terdapat di Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat. Dimana mempunyai luas 263.77 kilometer persegi dan

berpenduduk berjumlah 44614 jumlah jiwa. Terdapat 22102 jiwa laki-laki dan 22512 jiwa wanita.

Keadaan geografis Kenagarian Ujung Gading bisa dilihat dengan batasan wilayah sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Tapsel, PT PMS. Sebelah selatan berbatasan dengan Nagari Sungai Aur. Sebelah Barat berbatasan dengan Nagari Parit. Sebelah Timur berbatasan dengan Sungai Aur.

Mata pencaharian masyarakat di Nagari Ujung Gading ini beragam. Namun yang dominannya adalah bertani. Baik itu bertani sawah ataupun buruh. Sumber utama penghasilan masyarakatnya dari hasil pertanian dan perkebunan yaitu kelapa sawit, padi, jagung, karet, kakao dan lain sebagainya. Selain bertani mata pencaharian yang banyak dilakukan masyarakatnya juga adalah berdagang dan membuat usaha sendiri. Salah satunya adalah termasuk pabrik tahu. Karena di Nagari Ujung Gading ini berdagang juga adalah mata pencaharian yang banyak diminati masyarakatnya maka usaha tahu adalah salah satu usaha yang menjanjikan juga karena banyak dari masyarakat yang memiliki profesi sebagai pedagang yang salah satu bahan baku dagangannya adalah tahu. Misalnya pedagang bakso, siomay, ketoprak, batagor, gorengan, rumah makan dan lain sebagainya. Berangkat dari itu maka berdirilah beberapa pabrik tahu di Nagari Ujung Gading Kecamatan Lembah Melintang ini.

2. Strategi Pengembangan

Strategi ini berasal dari bahasa Yunani Kuno yang berasal dari kata *Strategas* merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Dasar dari suatu strategi merupakan mencapai sasaran yang akan dituju. Jadi strategi ini pada dasarnya adalah alat untuk

mencapai tujuan dan merupakan suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Strategi dapat disebut sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk melakukan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan. (Sesra, 2019).

Sedangkan Pengembangan usaha adalah tugas dan persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Pengembangan usaha merupakan suatu inovasi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas barang yang dimiliki untuk meningkatkan pemasaran dan harga jual produk yang bisa bersaing dipasaran sehingga bisa meningkatkan mutu perusahaan. Terdapat dua unsur dalam pengembangan usaha ini yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal adalah pihak-pihak yang berada pada lingkungan perusahaan.

Dari hasil yang telah diamati oleh peneliti pada pabrik tahu Pak De ini strategi pengembangan usaha yang dilakukan adalah masih sangat minim. Pabrik tahu Pak De ini merupakan pabrik tahu yang bisa dikatakan sudah lama. Arena sudah berdiri sekitar 40 tahun. Namun dilihat dalam strategi perkembangannya belum ada. Seharusnya untuk pabrik tahu yang sudah berdiri selama 40 tahun ini sudah berkembang dan mendirikan beberapa cabang. Namun sampai sekarang masih belum ada perkembangan yang pesat. Karena belum ada metode pembaruan metode yang dilakukan. Dari tahun ke tahun masih menggunakan metode yang sama yaitu:

a. Produksi

Produksi merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan produk agar menaikkan nilai tambah pada barang produksi yang melibatkan beberapa faktor produksi. Yaitu bahan baku yang di gunakan, sumber daya manusia dan alat dan bahan nya. Yang kemudian produk yang di hasilkan tersebut akan di pergunakan dan di distribusikan. (Muin, 2017).

Proses produksi yang dilakukan pada pabrik tahu Pak De ini dilakukan dari jam 8 pagi sampai jam 4 sore menggunakan mesin produksi yang masih sederhana dan dilakukan oleh 5 karyawan. Proses produksi dimulai dengan pemilihan bahan baku (kacang kedelai) yang bagus untuk di produksi, kemudian kacang kedelai yang telah di pilih tadi di cuci dan kemudian di rendam sekitar 4-6 jam. Proses perendaman ini dilakukan oleh para karyawannya pada malam hari agar pada pagi harinya tidak menghabiskan waktu untuk perendaman lagi. Kemudian setelah dilakukan perendaman kacang kedelai tadi dibersihkan lagi dan cuci secara berulang. Selesai di bersihkan kemudian lanjut ke tahap penghancuran. Kacang kedelai tersebut di hancurkan menggunakan mesin gilingan dan secara sedikit-sedikit tambahkan air pada saat proses penggilingannya hingga kacang kedelai tadi berbentuk bubur. Kemudian saring sari kedelainya sampai tidak tersisa lagi ampasnya. Lalu masak bubur kedelai tadi pada suhu sekitar 60-70 derajat. Tunggu sampai uap panas nya hilang dan saring secara perlahan. Setelah itu letakkan adonan pada perceratakan dan cetak tahu sesuai dengan ukuran cetakan yang telah di sediakan.

Produksi yang dilakukan pabrik tahu Pak De ini per hari nya menggunakan 9 karung kacang kedelai dan dilakukan sebanyak 14 kali masakan. Selesai di masak lalu tahu-tahu tersebut di bawa ke pasar-pasar terdekat untuk di pasarkan di sana.

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah cara dan rencana yang dilakukan oleh perusahaan terhadap dampak dan perogram pemasaran mengenai permintaan barang atau produk, jumlah produk. Aktivitas pemasaran mempengaruhi permintaan terhadap produk antaranya adalah dalam hal harga, iklan, perancangan promosi, pemilihan saluran distribusi (Maulida, 2021).

Strategi pemasaran ini memiliki peranan terpenting dalam usaha pengembangan strategi. Strategi pemasaran ini berguna untuk menyesuaikan antara perusahaan dengan lingkungannya. Dan untuk meningkatkan volume penjualan yang akan di peroleh suatu perusahaan.

Keinginan konsumen yang beraneka ragam adalah pedoman bagi perancangan strategi pemasaran yang akan di rencanakan dalam perusahaan. Perusahaan harus melakukan identifikasi segmen pasar yang menarik agar dapat menarik pembeli. (Dayat, 2019).

Strategi pemasaran yang digunakan pada pabrik tahu Pak De ini adalah dengan membawa nya ke pasar-pasar terdekat dan menjajakannya disana. Dan ada juga beberapa pelanggan dan juga para tetangga terdekat yang datang langsung ke pabrik tahu Pak De ini untuk langsung membelinya di pabrik tersebut.

c. Promosi

Promosi merupakan komunikasi yang terjadi antara dua belah pihak yakni pembeli dan penjual yang tujuannya adalah agar terjadinya perubahan sikap dan tingkah laku pembeli, yang pada awalnya tidak mengetahui suatu produk kemudian menjadi tahu.

Promosi yang dilakukan pada pabrik tahu Pak De ini bisa dikatakan belum ada. Karena hanya melakukan kontak langsung/pribadi antara penjual dan pembeli dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dari konsumen ke masyarakat lainnya saja.

Karena pemasarannya adalah ke pasar-pasar terdekat jadi yang menjadi pelanggan dari tahu Pak De ini hanya orang-orang yang melewati tempat jualannya di pasaran itu saja. Dan juga tetangga-tetangga yang dekat dengan pabrik tahunya. Orang-orang luar daerah atau luar jorong nya juga belum banyak yang tahu pabrik tahu Pak De ini.

3. Pesatnya Persaingan Pabrik Tahu di Nagari Ujung Gading

Persaingan merupakan kompetisi yang dilakukan antara sama-sama pedagang guna untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar baik dari segi pangsa pasar, pelanggan dan tingginya tingkat penjualan. Sehingga pendapatan atau keuntungan yang diperoleh bisa maksimal sesuai dengan yang telah di rencanakan.

Persaingan usaha adalah perseteruan antara pelaku bisnis yang serupa yang berupaya untuk menarik konsumen dengan menawarkan harga yang mudah dijangkau, kualitas yang bagus dan produk yang berkualitas. (Hofifah, 2020).

Persaingan dalam hal ini dapat diartikan banyak usaha sejenis yang sama yang tengah dilakukan disuatu daerah. Dalam hal ini yang dihadapi oleh usaha pabrik tahu Pak De ini adalah terdapat beberapa usaha yang serupa dalam daerah tersebut. Yaitu di daerah gang tahu Pak De ini terdapat sekitar 3 pabrik tahu yang sama-sama bersaing untuk memasarkan produknya. Yang sama-sama berusaha menghasilkan tahu yang berkualitas agar dapat bertahan di pasaran. Untuk masalah harga, harga yang di bandrol oleh pabrik tahu Pak De ini tidak berbeda dengan pabrik tahu lainnya tersebut. Harga nya sama. Oleh karena itu penduduk atau tetangga sekitaran pabrik tahu tersebut tidak mempermasalahkan masalah harga karena harga nya sama saja. Mereka juga tidak terlalu ketergantungan dengan pabrik tahu Pak De ini karena alasan harga. Karena memang harga pasaran di daerah Nagari Ujung Gading tersebut memang segitu yang harga pasarannya yaitu 4 potong tahu mentah di hargai dengan 1.000 Rupiah. Dan kualitas bahan-bahan yang di gunakan juga hampir serupa. Maka tidak ada hal menonjol yang dapat dilihat dari pabrik tahu Pak De ini.

4. Strategi Pengembangan pada Usaha Pabrik Tahu Pak De

Seperti penjelasan yang telah peneliti berikan di atas bahwa salah satu faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya usaha Pabrik Tahu Pak De ini adalah karena pesatnya persaingan dan banyaknya usaha yang serupa yang juga menggunakan bahan baku dan harga yang sama maka perlu adanya strategi pengembangan yang harus dilakukan pada pabrik tahu Pak De ini. Agar ada sesuatu hal yang berbeda dari pabrik tahu yang

lainnya dan dapat di tonjolkan pada pabrik tahu Pak De ini supaya dapat meningkatkan volume penjualan.

Namun sampai saat ini pabrik tahu Pak De ini hanya masih memproduksi tahu mentah saja. Tanpa ada produk lainnya. Menurut peneliti perlu adanya suatu produksi yang memanfaatkan bahan baku utama nya tersebut adalah tahu. Misalnya makanan ringan seperti kerupuk tahu, tahu goreng dengan kreasi yang lebih menarik. Contohnya tahu yang di iris tipis-tipis yang di goreng kemudian beri varian rasa nya juga dan juga dengan memberikan merek kemasan dengan nama Tahu Pak De juga dan menjualnya serta memasarkannya ke warung-warung dan juga UMKM luar daerah juga agar yang mengenal pabrik tahu Pak De ini tidak hanya masyarakat sekitar saja. Karena olahan dari tahu ini kan bisa bertahan lama dan tidak di khawatirkan akan mengalami pembusukan. Dengan cara ini maka pabrik tahu Pak De ini akan dapat meningkatkan volume penjualannya selain dengan cara menjual langsung tahu mentah nya juga dengan pengolahan terlebih dahulu.

5. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Pabrik Tahu Pak De

Analisis swot adalah proses pengambilan keputusan strategis bagi suatu perusahaan atau organisasi untuk melanjutkan suatu kelangsungan bisnis dan mempermudah untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu, sebagai sebuah strategi perencanaan dalam merumuskan analisis perlu memperhatikan berbagai aspek yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu yang dikenal

dengan analisis SWOT yaitu *Strenght,Weakness Opportunity,Threat*. (Wardoyo, 2011).

Dalam usaha pengembangan dengan analisis SWOT ini terdapat 2 faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Yaitu faktor dari dalam lingkungan bisnis dan faktor dari luar lingkungan bisnis :

Dari hasil pengamatan oleh peneliti maka analisis SWOT dari pabrik tahu Pak De ini adalah sebagai berikut :

a. *Strenght* (Kekuatan)

Keadaan internal suatu perusahaan yang mempengaruhi untuk mencapai sesuatu yang diinginkan pada usaha Tahu Pak De yaitu, tahu makanan yang banyak di gemari dan merupakan suatu kebutuhan masyarakat baik itu sebagai bahan makanan di rumah tangga juga sebagai bahan yang dapat di olah menjadi berbagai macam makanan sehingga tidak sulit untuk memasarkan tahu ini. Bahan baku untuk pembuatan tahu juga sangat mudah untuk di dapatkan sehingga tidak memerlukan perjuangan yang besar untuk menapatkannya.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan atau kekurangan yang dihadapi oleh pemilik pabrik tahu Pak De di Nagari Ujung Gading. Adapun kelemahannya sebagai berikut :

- 1) Lokasi pabriknya yang terletak di gang sempit sehingga tidak terlalu banyak orang yang mengetahui pabrik tahu Pak De ini kecuali masyarakat setempat saja.
- 2) Pabrik tahu Pak De ini hanya mengolah tahu mentah saja. Belum ada varian atau inovasi terbaru dari olahan tahunya.

- 3) Keterbatasan alat dan teknologi yang di gunakan sehingga kapasitas produksinya masih terbatas.
- 4) Promosi dan pemasaran yang masih sederhana menjadi salah satu penghambat perkembangan dari pabrik tahu Pak De ini. Sebab promosinya hanya dari mulut ke mulut saja dan pemasarannya hanya ke pasar-pasar terdekat.

c. *Opportunity (Peluang)*

Keadaan eksternal yang menunjang usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka usaha Tahu Pak De mengelola tahu dan sejenis olahan makanan dari tahu, karena tahu merupakan makanan yang banyak di gemari di Nagari Ujung Gading. Banyak olahan yang bahan bakunya menggunakan tahu sehingga tahu ini tidak sulit untuk di pasarkan. Terutama di daerah Nagari Ujung Gading yang sebagian masyarakatnya adalah sebagai pedagang yang membutuhkan tahu untuk bahan dagangannya.

d. *Threat (Ancaman)*

Dari hasil pengamatan peneliti dan hasil analisis SWOT yang telah dijelaskan maka peneliti dapat menganalisis masalah-masalah yang di hadapi oleh Pabrik Tahu Pak De dalam meningkatkan volume penjualan. Dengan menganalisis data-sata yang ada dan menghubungkannya dengan permasalahan yang di temukan. Sehingga dapat memperjelas keadaan yang sebenarnya pada Pabrik Tahu Pak De.

Seperti hal yang dijelaskan oleh peneliti bahwa Pabrik tahu Pak De ini sudah berdiri sekitar 40 tahun, namun belum ada perkembangan yang signifikan sampai saat sekarang ini. Setelah penulis meneliti dan

mengamatinya maka masalah yang di hadapi pabrik tahu Pak De ini adalah:

- a. Produk yang di tawarkan oleh pabrik Tahu Pak De ini hanya berupa tahu yang pada umumnya. belum ada kreasi dan inovasi barunya.
- b. Proses promosi nya yang masih sederhana yaitu hanya dari mulut ke mulut sehingga tidak terlalu banyak yang mengetahui pabrik tahu Pak De ini.
- c. Belum adanya olahan yang menggunakan bahan baku utama tahu untuk memanfaatkan memperluas pabrik tahu Pak De ini agar pabrik tahu ini lebih di ketahui oleh banyak orang. Baik itu di dalam ataupun di luar daerah.

Maka adanya olahan lain dari tahu ini memungkinkan untuk meningkatkan volume penjualan. Karena di buat kreasi dan inovasi baru. Maka masyarakat akan lebih tertarik untuk mencobanya. Dan juga membuat mereka pada kemasan olahan tahu ini sehingga memungkinkan olahan tahu ini di pasarkan ke luar daerah sehingga pabrik tahu Pak De ini banyak di ketahui oleh masyarakat luas. Dengan itu maka akan lebih banyak pelanggan yang akan berbelanja dan membeli produk tahu Pak De ini.

Karena persaingan yang sangat pesat pada saat ini mengharuskan kita sebagai pelaku usaha untuk untuk lebih kreatif agar dapat meningkatkan penjualan dan menarik perhatian masyarakat dari produk yang kita tawarkan.

6. Strategi Pengembangan Pabrik Tahu Pak De Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Setelah mengamati dan meneliti pada pabrik Tahu Pak De ini peneliti mendapatkan hasil bahwa dari segi

produksi pabrik tahu Pak De ini menggunakan bahan yang halal. Dan caranya juga tidak ada yang menyimpang dari syariat islam. Begitu juga dengan proses pemasarannya pabrik tahu Pak De ini melakukan pemasarannya dengan cara yang halal dan tidak melanggar dari syariat islam. Yaitu dengan cara memasarkannya ke pasar-pasar terdekat. Dan dalam hal persaingannya juga tidak ada di temukan persaingan yang tidak sehat yang keluar dari aturan islam.

Dalam Islam ada istilah yang mesti diketahui yaitu ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi dalam Islam membahas seputar produktivitas, inovasi, kreasi dan lain-lainnya yang akan mendukung berkembangnya suatu usaha yang sedang dijalankan oleh manusia. Jadi manusia bebas melakukan apapun selama tidak melanggar hukum syara'. Jadi dalam islam manusia itu dibebaskan untuk berkreasi dan membuat inovasi-inovasi baru dari produksi nya agar dapat mengembangkan usaha yang sedang di jalankan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat di disimpulkan bahwa strategi yang dapat di lakukan untuk mengembangkan usah pabrik Tahu Pak De di Nagari Ujung Gading Kecamatan Lembah Melintang ini yaitu dengan cara membuat kreasi olahan tahu pada pabrik tahu Pak De tersebut agar dapat juga di pasarkan ke daerah lain dengan membuat merek pada kemasan olahan tahu nya dengan merek tahu Pak De juga agar lebih banyak masyarakat luas yang mengetahui keberadaan pabrik tahu Pak De ini. Agar olahan tersebut dapat di pasarkan tanpa memikirkan terjadinya pembusukan pada tahu nya. Dengan cara ini maka pabrik tahu Pak De ini akan dapat meningkatkan volume penjualannya.

Kemudian hal yang dapat di lakukan juga untuk pengembangan Pabrik Tahu Pak De ini adalah dengan cara menambah strategi promosi dan pemasarannya. Selain dengan promosi dari mulut ke mulut di perlukan juga adanya promosi seperti poster dan promosi-promosi sosial media seperti di *facebook,instagram,WhatsApp* agar para masyarakat dan konsumen lebih mudah mendapatkan informasi nya dan agar usaha tahu Pak De ini lebih mudah tersebarnya. Dan dalam strategi pemasarannya juga lebih baik nya di tambah tidak cukup hanya memasarkan atau menjualkannya di pasar-pasar terdekat saja. Misalnya dengan cara ada karyawan yang khusus keliling ke kampung-kampung tetangga untuk menjualkan tahu nya agar masyarakat di luaran juga mengetahui usaha pabrik tahu Pak De ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz,Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung:Alfabeta
- Dayat,M. (2019). *Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan, Jurnal Mu'allim Volume 1 Nomor 2*.
- Hasil wawancara dengan Buk De sebagai pemilik pabrik tahu pada tanggal 12 Agustus 2022
- Hasil wawancara dengan Surin sebagai karyawan di pabrik tahu Pak De pada tanggal 12 Agustus 2022
- Hofifah,S. (2020). *Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 3 Nomor 2*.

- Juwita,Ari. (2019). *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Renders Madium*, Skripsi: Ponogoro
- Maulida, Z. (2011). *Analisis Strategi Pemasaran Sebagai Strategi Persaingan Bisnis: Studi Kasus Bisnis Kuliner Rumah Makan Khas Aceh “Hasan” di Kota Banda Aceh*, *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* Vol.2, No.3.
- Mubaranto,H. (2016). *Strataegi Pengembangan Industri Kecil Tahu Di Kabupaten Tegal*, *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* Volume 3 Nomor 1.
- Muin,M. (2017). *Pengaruh Faktor Produksi Terhadap Hasil Produksi Merica di Desa Era Baru Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai*, *Jurnal Economix* Volume 5 Nomor 1.
- Nawatmi,S. (2020). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, *Jurnal Fokus Ekonomi* Vol.9, No.1.
- Rangkuti,Fredy. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rukin, (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Sesra,B. (2019). *Strategi Managemen Sekolah*, *Jurnal Menata* Volume 2, Nomo 2
- Siregar,G. (2014). *Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga*, *Jurnal Agrium* Volume. 19, No.1
- Sugiono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, CV
- Wardoyo, Paulus. (2011). *Alat Analisis Managemen*, Semarang: University Press.

PERANAN KELOMPOK TANI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI PETANI PADI PADA MASYARAKAT

Febila Resyafrina

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: febilaresyafrina012@gmail.com

Abstrak

Metode yang dipergunakan ialah metode kualitatif serta survei yaitu pengumpulan data sesuai wawancara dan observasi. Penelitian ini yaitu bertujuan untuk menganalisis: 1) Peran kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan ekonomi petani padi, 2) Hubungan antara peran kelompok tani dalam meningkatkan ekonomii petani. Penelitian ini dilakukan lebih tepatnya di jorong 3 sangkir Lubuk Mangindo, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam. 30 petani padi pada daerah yang saya teliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok tani berperan di Lubuk Mangindo. kerjasama dalam kelompok tani, pengumpulan dan penyebaran informasi yang diterima, peran kelompok tani dalam meningkatkan perekonomian, kerjasama dalam pelaksanaan program kelompok tani, dan hubungan dengan kelompok tani. Agen pemerintah. dan Dari hasil penelitian secara keseluruhan diperoleh skor rata-rata untu memotivasi para petani dalam mengikuti kegiatan kelompok tani jika di presentasekan yaitu sebanyak 92,95%, yang berarti motivasi petani dalam mengikuti kegiatan Kelompok Tani di Lubuk Mangindo, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam adalah tinggi, atau dengan kata lain kelompok tani berpengaruh atau juga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi petani padi pada masyarakat Lubuk Mangindo.

Kata kunci: Petani Padi, Peran Kelompok Tani, Ekonomi

PENDAHULUAN

Indonesia ialah negara kepulauan dengan banyaknya sumber daya alam yang tersediia, mulai dari keindahan alam yang dapat dijadikan sebagai tempat wisata hiingga kekayaan

alam yang dapat diolah yang menjadi sumber energi tersendiri. Salah satunya yg berasal dari sektor pertanian. Saat ini begitu banyak kesempatan kerja di sektor pertanian Indonesia, dan sektor pertanian memiliki pengaruh yang besar dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia.

Kelompok tani, yaitu sekelompok orang asal tani yang berpartisipasi dan bekerja sama untuk meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi, atau kemampuan mereka untuk melakukan tugas dengan cepat dan tepat, adalah organisasi pertanian yang melakukan kegiatan pembangunan. Kelompok tani adalah organisasi yang nyata. Selain sebagai sarana penyuluhan dan pembinaan kegiatan keanggotaannya, kelompok tani juga banyak melakukan kegiatan lain seperti pengabdian masyarakat, bansos, dan lain-lain. Kolaborasi kelompok dapat diatur dan diimplementasikan dengan hasil yang diinginkan. Kerjasama yang baik antar anggota kelompok sangat diperlukan agar dapat berfungsi sebagai kelompok tani. Keberhasilan suatu kelompok tani dalam menjalankan tugasnya tergantung pada partisipasi anggotanya dalam menjalankan fungsinya.

Pertumbuhan kelompok tani dapat dilihat dari adanya kelompok tani yang telah terbentuk atas dasar kepentingan dan tujuan bersama dalam suatu wilayah yang terdiri dari suatu desa dan dusun atau lebih, yang memiliki anggota terdiri dari 20-25 dan sesuai keadaan lingkungan dan jenis usaha tani masyarakat, kelompok tani dalam melakukan kegiatannya, terlebih mendapatkan persetujuan dari semua anggota kelompok. Kegiatan yang dipermasalahkan adalah jenis usaha, pengadaan sarana dan prasarana yang dapat mendukung peningkatan produktivitas pertanian, serta pengelolaan hasil pasca panen yang baik dan akurat.

Kelompok petani sebagai wadah informasi dan kerjasama antar anggota kelompok memegang mempunyai peranan yg sangat penting dalam kegiatan pertanian. Karena anggota kelompok tani dapat menyelesaikan semua masalah di bidang pertanian secara bersama-sama.

Oleh karena itu, pembinaan dan pemberdayaan kelompok tani harus lebih banyak dilakukan agar dapat berkembang dengan baik.(Pamerta,2015;3). Petani menginginkan adanya peningkatan pendapatan agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam menjalankan kegiatan pertaniannya. Harga dan produktivitas merupakan dua dimensi yang mempengaruhi pendapatan petani, dan perubahan pada kedua dimensi tersebut menyebabkan perubahan pada petani. Pendapatan masyarakat dapat berasal dari kepala rumah tangga atau anggota keluarga yang bekerja dan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarga seperti makanan, pendidikan dan biaya pengobatan, dan pendapatan ini juga dapat digunakan untuk tabungan.(Nurul Huda Dkk, 2009;21).

Peran kelompok tani ini dapat dilakukan setiap saat oleh ketua kelompok atau anggota lainnya. Sementara ketua kelompok tani berperan sebagai guru, menjelaskan atau menunjukkan hubungan antara pendapat dan saran yang berbeda, tentu saja setiap anggota kelompok memainkan peran ganda dalam partisipasi kelompok. Selain itu, ketua kelompok juga menjadi penggerak bagi tindakan dan keputusan kelompok, serta berusaha memberikan dorongan kepada kelompok tani.

Sebagai organisasi sosial kelompok masyarakat, kelompok tani mendorong anggotanya untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikapnya untuk tumbuh dan mandiri di bidang pertanian dengan

peningkatan produksi, peningkatan pendapatan, dan kehidupan yang lebih sejahtera. Kelompok tani juga berperan sebagai wahana kerjasama antara sesama petani dan dalam kelompok tani, serta dengan pihak lain. Melalui kerja sama ini, kami bertujuan untuk menjadikan pertanian lebih efektif dan responsif terhadap ancaman, tantangan, hambatan, dan gangguan. Kelompok tani juga berfungsi sebagai unit produksi yang dioperasikan secara keseluruhan oleh setiap anggota kelompok tani sebagai unit usaha yang dapat dikembangkan untuk mencapai skala ekonomi dari segi kuantitas, kualitas dan kontinuitas. Kondisi partisipasi petani yang baik dalam kelompok memberikan keuntungan bagi PPL dalam melaksanakan proses perencanaan penyuluhan pertanian di tingkat nagari. Berdasarkan pengalaman di atas, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dengan menganalisis dan menjelaskan hubungan antara anggota kelompok tani dan partisipasi mereka dalam proses perencanaan penyuluhan pertanian pedesaan. Oleh karena itu, sebagai alternatif solusi untuk mengatasi masalah partisipasi petani dalam proses perencanaan penyuluhan pertanian tingkat desa, nantinya dapat diberikan pengetahuan untuk perencanaan partisipasi yang dilakukan dalam perencanaan penyuluhan pertanian tingkat nagari.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif analisis yang dilaksanakan di Lubuk Mangindo, Kenagarian Lubuk Basung, Kabupaten Agam, bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap bagaimana bentuk upaya Kelompok Tani dalam

meningkatkan pendapatan ekonomi petani padi pada masyarakat Lubuk Mangindo.

Data ini dilakukan melalui pendekatan wawancara dan sampel dengan beberapa petani padi dan anggota kelompok tani serta dengan cara mencari data-data yang terkait yang dilakukan Kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan ekonomi petani padi pada masyarakat Lubuk Mangindo.

PEMBAHASAN

1. Usahatani

Usaha tani adalah kegiatan untuk meningkatkan alat dan teknologi produksi pertanian dalam usaha yang berhubungan dengan pertanian. Pertanian lebih didefinisikan sebagai kegiatan usaha di bidang pertanian skala kecil seperti budidaya padi, budidaya jagung dan peternakan ayam buras dan lainnyaa. Usaha pertanian didefinisikan sebagai modal besar seperti perusahaan besar, usaha perkebunan, peternakan, dll yang mengellola lahan yang cukup luas.

Padi merupakan tanaman yang tergolong tanaman air transparan. Hal ini tidak berarti bahwa sebagai tanaman air, padi hanya dapat tumbuh di lahan yang selalu terendam air, baik yang tergenang secara alami, seperti lahan basah, maupun yang sengaja tergenang seperti sungai. Demikian halnya dengan tanah sawah. Padi megah dapat tumbuh baik di lahan maupun di lahan keriing, asallkan curah hujan cukup untuk kebutuhan air tanaman.

Menurut Soekartawi (2002), Pertanian biasanya didefinisikan sebagai studi tentang bagaiimana secara tepat dan akurat mengalokasikan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan hasil yang tinggi pada waktu tertentu. Petanii harus dapat menggunakan sumber daya

yang mereka kelola sendiri dengan cara sebaik mungkin, dan mereka harus efisien jika mereka dapat menggunakan sumber daya tersebut untuk hasil yang baik. Tersedianya sarana produksi dan faktor produksi tidak berarti petani akan mendapatkan hasil yang lebih tinggi. Tetapi bagaimana petani melakukan bisnis mereka dengan benar adalah usaha yang sangat penting. Kapasitas kelompok tercapai jika petani dapat mengalokasikan faktor produksi sedemikian rupa sehingga tercapai produktivitas yang tinggi. Semua faktor produksi dikatakan baik secara distributif jika petani sangat menguntungkan dalam usahataniannya. Metode ini dapat dicapai dengan melibatkan faktor-faktor produksi dengan harga rendah dan menjual produk dengan harga yang jauh lebih tinggi. Petani dapat meningkatkan produksi dengan menekan harga alat-alat produksi, tetapi jika harga jual tinggi, petani akan melakukan bisnis harga atau meningkatkan efisiensi ekonomi.

Faktor-faktor produksi yaitu berupa tanah, tenaga kerja, dan modal senantiasa dibutuhkan untuk melakukan kegiatan pertanian dan dikelola dengan sebaik-baiknya. Semua pengorbanan dilakukan untuk tanaman agar bisa tumbuh dan berproduksi dengan baik. Faktor-faktor produksi juga dikenal sebagai input dan biaya produksi. Faktor-faktor produksi juga dikenal sebagai input dan biaya produksi. Faktor produksi menentukan jumlah produksi yang sebenarnya diperoleh. Salah satunya adalah produksi lahan, dana pembelian benih, pupuk, obat-obatan, tenaga kerja dan aspek manajemen merupakan faktor produksi yang paling penting. Hubungan antara faktor produksi internal dan eksternal biasanya disebut fungsi produksi atau hubungan faktor.

Tanah sebagai faktor produksi, pabrik hasil pertanian, tempat berlangsungnya produksi dan tempat produksi berasal dari luar, menempati tempat terpenting dalam produksi tanah. Hal ini terlihat dari besarnya reward yang diterima lahan dibandingkan dengan produk lainnya. Untuk memperbaiki tekstur dan struktur tanah, membasmi gulma dan hama di tanah, memperbaiki morfologi udara dan tanah, meningkatkan aktivitas bakteri tanah, dan menghilangkan gas beracun dari tanah, diperlukan Budidaya yang sesuai dan sesuai. Pengolahan tanah minimum dan pengelolaan tanah maksimum.

Dalam kegiatan proses produksi pertanian, modal dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu modal tetap dan modal variabel. Perbedaan ini disebabkan oleh sifat-sifat produk. Faktor-faktor produksi seperti tanah, bangunan, dan mesin-mesin seringkali termasuk dalam kategori produksi tetap. Oleh karena itu, produksi tetap ialah sebagai biaya yg keluar dalam suatu proses selain dari satu proses produksi. Peristiwa ini terjadi relatif cepat dan tidak berlangsung lama. (Soekartawi, 2002).

Dengan modal tidak tetap, adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan dikeluarkan sekaligus selama proses produksi. Misalnya, biaya ini dikeluarkan untuk membeli pupuk, benih, dan obat-obatan yang dibayar dengan upah tenaga kerja.

Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting, dan dalam proses produksi harus memperhitungkan tidak hanya ketersediaan, kualitas dan jenis tenaga kerja, tetapi juga jumlah yang cukup besar yang perlu dilibatkan. Salah satu faktor produksi tenaga kerja yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan tenaga kerja. Semua proses produksi membutuhkan tenaga kerja

yang cukup. Untuk mengoptimalkan jumlah tersebut dimungkinkan untuk memenuhi kebutuhan pada tingkat tertentu. Jumlah tenaga kerja yang harus disesuaikan . Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan sangat dipengaruhi dan berkaitan dengan kualitas angkatan kerja, jenis kelamin, musim dan upah tenaga kerja. Dan kualitas tenaga kerja Dalam proses produksi, baik proses menghasilkan produk pertanian maupun tidak, selalu diperlukan spesialisasi. Pasokan tenaga kerja khusus membutuhkan sejumlah besar pekerja dengan spesialisasi tertentu, tetapi ketersediaan ini sangat rendah. Kegagalan untuk mempertimbangkan masalah kualitas tenaga kerja akan menghambat proses produksi. Alat yang sangat teknis sering tidak dioperasikan karena tidak tersedianya personel yang berkualifikasi untuk mengoperasikan alat ini.

Kualitas tenaga kerja juga bervariasi menurut jenis kelamin, terutama dalam produksi pertanian. Pekerja laki-laki melakukan banyak peran di bidang pekerjaan tertentu seperti mengolah tanah, sedangkan pekerja perempuan bekerja di ladang. Di bidang pertanian, sebagian besar pekerja berasal dari petani. Tenaga kerja keluarga ini merupakan kontribusi yang sama dari keluarga terhadap produksi pertanian dan tidak perlu dinilai dengan uang, tetapi terkadang membutuhkan tenaga kerja lain juga. Ditentukan oleh pria atau wanita. Upah pekerja laki-laki umumnya lebih tinggi atau lebih tinggi daripada pekerja perempuan. Upah tenaga kerja ternak umumnya lebih tinggi dari upah tenaga kerja manusia (Mubyarto, 2001).

Program pertanian mendukung petani di daerah pedesaan. Ini termasuk mendidik petani sehingga mereka dapat mengembangkan ide-ide yang akan membantu

mereka dalam pertanian mereka; memberdayakan mereka untuk mengembangkan sikap dan keputusan yang tepat dan tepat; termasuk apa yang perlu Anda lakukan. Membantu petani dalam memperoleh sarana produksi yang diperlukan seperti benih unggul, pupuk dan obat-obatan, kredit/hutang yang dapat dipinjam, dan cara pengembaliannya, untuk membantu memprediksi produksi dan pendapatan yang diharapkan.

Pencapaian besar dalam pengorganisasiian input dan juga fasilitas produksi diarahkan pada penggunaan berbagai sumber daya ini sehingga output maksimum dapat diproduksi dengan biaya minimum. Di bidang pertanian, sarana produksi merupakan penentu pencapaian optimal dan alokasi sumber daya produktif.

Islam pada hakikatnya mengajarkan dan mendorong manusia untuk mencapai kelimpahan materi dan spiritual dalam hidup. Salah satu cara untuk mendapatkan kekayaan materi adalah dengan bekerja. Profesi terbaik dan sejati adalah pekerjaan yang dilakukan dengan tangan sendiri. Padahal, Sesungguhnya pertanian adalah profesii terbaiik karena mencakup tiga hal yaiitu pekerjaan. yaituu, pekerjaan yang dilakukan deengan tangan, pertanian memiliki tawakal dan pertanian membawa manfaat umum bagi manusia dan hewan. Petani secara inheren berharga dan itu dimulai dengan manfaat ekonomi yang mereka berikan kepada petani dan penyembah mereka. Upaya agar bumi tumbuh subur terdiri dari melestarikan sumber daya lingkungan, mengolah tanah yang baik dan sesuai, menjaga kesuburan, tidak memanfaatkan tanaman, selalu merawatnya dengan sebaik-baiknya untuk tumbuh, dan menghasilkan panen yang baik setelahnya. . Oleh karena itu, dari sudut aqidah saja, proses pertanian penuh

kesabaran hingga panen tiba. Melalui proses ini, petani dapat lebih memahami sifat thawakkal. Karena bagaimanapun juga, hasil panen tidak dapat dipisahkan dari hak mutlakanya.

Dapat juga dikatakan bahwa pertanian merupakan salah satu bentuk ijtihad fisabilillah, karena paling tidak bagi petani itu sendiri, pertanian merupakan upaya menjaga kelangsungan hidup dan keluarga. Lebih dari itu, hanya pertanian yang dapat mengatasi krisis pangan negara dan menopang penghidupan masyarakat.

2. Peran kelompok tani

Peran adalah bagian utama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa, baik positif, negatif atau buruk. Perilaku individu lain juga dapat diprediksi, memungkinkan pemangku kepentingan untuk menyelaraskan perilaku mereka sendiri dengan perilaku orang-orang dalam kelompok. Peran adalah gagasan seseorang tentang sifat pekerjaan yang dilakukan orang lain, jadi harapan adalah manifestasi dari tanggung jawab kelompok atau pekerjaannya. kelompok yg disorot ialah tanggung jawab masing-masing pihak yang terlibat dalam departemen tersebut. Karena pertanian merupakan sektor utama yang menjadi tulang punggung pembangunan negara Indonesia. Mardikanto (1993), Peran kelompok tani ialah pertunjukan dimana tidak semua anggota kelompok tani mengikuti kegiatan tersebut, tetapi terdiri dari petani dari masing-masing desa dan ikut serta dalam kegiatan penanaman bersama antar kelompok. Seperti melakukan penanaman bersama kelompok, pembersihan irigasi, dan pemberantasan hama dan lain sebagainya.

Kelompok petani merupakan wadah untuk berorganisasi, dan kerja sama antar anggota memegang

peran yg sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, khususnya di bidang pertanian. Karena semua kegiatan dan permasalahan di bidang pertanian dilakukan secara bersama-sama oleh kelompok. Ketua atau ketua kelompok tani dipilih dari salah satu petani yang dianggap memiliki jangkauan pengetahuan dan wawasan yang cukup luas.

Kelompok tani dapat bekerja sama atau secara bergantian mengoordinasikan kegiatan gotong royong untuk pelepasan tanah bagi anggota kelompok tani, mengamankan atau mengoordinasikan penjualan produk mereka, dan mempromosikan Anda dapat memenuhi tugas dan tanggung jawab Anda, termasuk mendirikan hubungan dengan anggota. Biro Pertanian. Dengan adanya kelompok tani, tidak tertutup kemungkinan petani dapat berunding dan memecahkan masalah secara kolektif seperti peningkatan sarana produksi pertanian harus diberikan. Pentingnya pembinaan kelompok tani oleh kelompok petani ialah salah satu syarat untuk mendorong pembangunan pertanian bagi kegiatan petani yang bergabung dalam kelompok. Mengembangkan kelompok tani sama dengan membangun keinginan dan rasa percaya diri agar dapat beroperasi secara terorganisir, bermanfaat, dan metodis. Gerakan kelompok petani yang tidak terorganisir dengan baik dan tidak mengikuti koordinasi yang maju tidak dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi petani. (Dirjen Pertanian Tanaman Pangan, 1992). Untuk menjaga eksistensi kelompok tani, perlu ditingkatkan peran kelompok tani. Salah satu cara yang harus kita lakukan adalah dengan memberdayakan kelompok tani sebagai mesin pembangunan pertanian. Keberadaan kelembagaan kelompok tani sangat penting

untuk pemberdayaan karena potensinya sangat besar. Kelembagaan kelompok tani ini unggul dalam hal fasilitas untuk kegiatan belajar, kerja sama dan pengumpulan modal kelompok untuk mengembangkan pertanian.

Etos kerja pada pandangan AlQur'an adalah potensi seseorang atau grup pada bekerja & bersungguh-sungguh benar-benar menghadapi pekerjaannya, berarti menyampaikan perhatian untuk keberhasilan tugas & tanggung jawab yang diberikan pada pelaku kerja. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah At-Taubah :105 menjelaskan tentang kerja.

Yang Terjemahnya: *“Dan Katakanlah Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu lakukan.”*

3. Tanaman padi sawah

Padi ialah salah satu jenis tanaman semusim atau masih muda, biasanya berumur pendek, kurang dari satu tahun, hanya memproduksi sekali, dan setelah memproduksi otomatis dapat mati atau terbakar. Bagian batang padi berongga dan membulat, dan bagian antara bagian batang yang beruas-ruas dengan tinggi 1-1,5 m tergantung jenis padinya Ruas batang padi berongga bulat dan diantara ruas batang padi yaitu bunga gundul dan bunga berkelamin berbentuk seperti bulir padi yang panjang. (Wikipedia Indonesia, 2008: 1).

Menurut AAK (2003: 27), Iklim merupakan faktor penting bagi pertumbuhan padi. Padi tumbuh dengan baik di lokasi terbuka dan cerah dengan suhu tinggi, terutama selama periode berbunga. Suhu optimum untuk

pertumbuhannya adalah 20-30°C. Padi membutuhkan curah hujan yang signifikan, rata-rata di atas 200 mm/bulan. Padi tumbuh dengan baik saat hujan turun dengan baik. Tanah yang cocok untuk menanam padi adalah tanah yang lemah dan mengandung tanah liat. Tanah lapisan atas setinggi 15-30 cm harus ditimbun lumpur. Ini adalah struktur butiran tanah yang seragam dan mampu menahan air.

Metode penanaman dengan menggunakan sistem LEGOCO memiliki beberapa keunggulan. Artinya tanaman di tepi lebih banyak mendapat sinar matahari, yang berarti lebih produktif, lebih mudah mengelola gulma, hama dan penyakit, menggunakan lebih banyak pupuk, dan adanya ruang kosong. Ruang untuk mengatur jalur air (saluran air).

Sistem tanam dengan jajar legowo adalah sistem tanam yang memperhatikan susunan tanaman, dan sistem dengan tanam jajar legowo adalah menanam dua baris padi atau lebih secara bergantian dengan satu baris kosong atau jarang. membuat satu atau lebih tanaman tanaman tepi. Tanaman di sekitarnya mendapat sinar matahari dan sirkulasi udara yang lebih baik, nutrisi terdistribusi lebih merata, dan perawatan tanaman lebih mudah. (Mujisihono, 2001).

Jarak tanam pada budidaya padi dengan sistem tanam pindah merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting sebagai penentu tercapainya peningkatan hasil pada usahatani padi sawah tanam lapang. Dengan jarak tanam yang cukup rapat, otomatis biaya produksi meningkat, dan jika populasi tanaman sangat besar, pada akhirnya akan menurun, menurunkan hasil, dan memastikan tanaman tumbuh dengan baik tanpa

mengalami banyak persaingan untuk mendapatkan sinar matahari. sinar matahari untuk proses penerangan. Dengan jarak tanam yang rapat dan tepat, tanaman memiliki ruang tumbuh yang seimbang.

Dalam sistem padi disawah, hal ini biasa dilakukan oleh petani yang menggunakan sistem tanam pindah. Selain tidak memerlukan banyak persyaratan khusus, sistem ini juga tidak menimbulkan risiko besar. Namun masih banyak petani yang menggunakan bibit dengan jumlah benih yang relatif banyak, 7-10 batang per kelompok, bahkan lebih dari 10 batang per kelompok, yaitu 3 batang per rumpun. Bahkan dengan teknologi SRI (Rice Reinforcement System), satu bibit diterapkan untuk setiap tanaman.(Kasim, 2004).

Varietas unggul ialah salah satu teknologi kunci untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk pertanian. Kontribusi varietas unggul terhadap peningkatan produksi beras nasional tercermin pada kinerja padi 1984. Hal ini berkaitan dengan karakteristik varietas padi yang baik, seperti hasil tinggi, ketahanan terhadap hama dan penyakit utama, dan pematangan awal. Dikembangkan dengan baik dengan pola tanam tertentu untuk memastikan nasi yang lezat dengan kandungan protein yang relatif tinggi. (Suprihatnoet, 2007).

4. Peran kelompok tani dalam usahatani padi sawah

Peran kelompok petani adalah tugas yang diharapkan dapat dilakukan oleh kelompok tani berdasarkan rekomendasi yang diterapkan oleh anggota kelompok tani ketika mencoba budidaya padi di Lubuk Mangindo. Peran kelompok tani terhadap pendapatan ekonomi dan keberhasilan budidaya padi di sawah dapat dilihat dari

masing-masing parameter berupa pertanyaan yang diajukan secara tepat dan lengkap.

Cara Menanam Padi Sekelompok petani di Lubuk Mangindo mengadakan sosialisasi pertanian tiga kali dalam enam bulan. Kegiatan meliputi penerapan metode dan teknologi pertanian baru, penggunaan benih unggul, Kami melakukan kegiatan peningkatan kesadaran tentang penggunaan pestisida dan pupuk kimia yang tepat serta dampak pestisida dan pupuk kimia terhadap lingkungan penanaman padi. Ini adalah penggunaan tanah untuk jangka panjang, sehingga diteruskan ke petani. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi metode pertanian baru, penerapan teknologi baru dan penggunaan benih berkualitas baik, penggunaan pestisida dan pupuk yang benar dan bijaksana, serta dampak penggunaan pestisida dan pupuk kimia terhadap budidaya padi. Penggunaan lahan jangka panjang dan ramah lingkungan bagi petani.

Bagaimana mengelola kebutuhan air anda. Masyarakat Lubuk Mangindo memiliki sumber mata air yang disebut Kapalo Banda. Banda Kapalo ini berasal dari Sungai Antokan atau penduduk setempat menyebutnya Batang Aia Antokan yang juga berasal dari Danau Maninjau. Banda kaparo ini merupakan alur (banda) yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan Drainase untuk Kegiatan Budidaya Padi di Lubuk Mangindo. Penentuan musim tanam. Dari 30 petani yang diwawancarai, semua petani padi mengikuti rencana tanam yang ditetapkan kelompok tani, menunjukkan bahwa rencana tanam padi berdampak pada peningkatan produksi padi sawah. Salah satu manfaat berbagi musim tanam padi adalah, dengan syarat petani dukung membantu petani lain selama musim tanam padi mereka,

mereka dapat menanam padi dengan menggunakan tenaga petani lain. hemat tenaga kerja. Menghemat biaya perekrutan tenaga kerja petani.

Pengendalian hama padi. Dari 30 petani sampel yang saya wawancarai, sekitar 90% mengatakan manfaat penggunaan pestisida kimia adalah mudah didapat di pasaran, mudah digunakan, dan hasilnya tercapai atau membasmi hama penyakit. . Kelemahannya, di sisi lain, adalah kebutuhan untuk merotasi pestisida. Hal ini sering disebut rotasi penggunaan pestisida untuk memastikan hama dan penyakit yang dibasmi tidak menjadi kebal, dan hal ini seringkali menyulitkan petani untuk memilih pestisida yang akan digunakan. Digunakan untuk menggantikan pestisida ini. Penentuan benih bermutu yang tersedia Hasil wawancara dengan 30 petani kasus menunjukkan bahwa peran kelompok tani dalam pendapatan ekonomi padi di wilayah studi sangat kuat. Hal ini terlihat dari respon positif atau negatif petani terhadap pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara saat wawancara tentang peran kelompok tani dalam pendapatan ekonomi petani padi. Dengan menggunakan metode wawancara langsung dengan petani, kami menguraikan peran kelompok tani di Lubuk Mangindo terhadap pendapatan ekonomi petani padi.

Dari hasil penelitian dengan wawancara keseluruhan mengenai seberapa besar peran kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan ekonomi petani padi pada masyarakat Lubuk Mangindo, dapat kita lihat bahwa semua kegiatan kelompok pada kelompok tani dapat membantu para petani padi dalam meningkatkan pendapatan ekonomi melalui kegiatan yang dilakukan oleh kelompok tani bersama petani anggotanya.

Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan bahwa rata-rata skor kesediaan petani untuk mengikuti kegiatan kelompok tani adalah 92,95% yang menunjukkan bahwa kemauan petani untuk mengikuti kegiatan kelompok tani tinggi di Lubuk Mangindo, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam. Dengan kata lain ini merupakan kelompok pertanian yang berpengaruh atau dapat meningkatkan pendapatan ekonomi petani padi di kotamadya Lubuk Mangindo.

KESIMPULAN

Usaha tani ialah suatu kegiatan dalam usaha mengorganisasii sarana produksii pertanian dan teknologii dalam suatu usaha yang menyangkut bidang pertanian. Usaha tani lebih diartikan sebagai kegiatan usha dibiidang pertanian berskala kecil, seperti usaha petani padi, usaha tani jagung, usaha tani ayam buras dan lainnya.

Secara filosofiis, kelompok petani dibentuk dalam memecahkan masalah yang diihadapi oleh tani yang tidak dapat diselesaikan secara individu. Sajjad menjelaskan bahwa pembentukan kelompok petani adalah proses untuk mencapai pertanian terpadu. Hal ini memungkinkan untuk produksi yang optiimal dan efisien.

Kelompok tani memiliki peran yang beasar terhadap peningkatan pendapatan ekonomi petani padi pada masyarakat Lubuk Mangindo, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam dilihat dari lima indikator yaitu cara petani bercocokk tanam, cara mengelolla kebutuhan air, waktu pada saat tanam, pengendalian hama dan penyakiit, dan penentuan bibiit unggul yang aakan digunakan. Untuk motivasi para petani dalam mengiikuti kegiatan ini kelompok petani di Lubuk mangindo adalah tinggi. Dalam menerima bantuan

sarana dan prasarana produksi yang diisalurkan oleh kelompok tani di Lubuk Mangindo efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 2003. *Teknik Bercocok Tanam Padi*. Kanisius: Yogyakarta
- Eka, M. 2017. *Peran Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi Sawah Di Desa Iloheluma Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango*. Jurnal Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Kasriani. 2018. *Peran Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Produktivitas Tanaman Padi*. Skripsi Universitas Hasanudin: Makassar.
- Mandasari, Sutra. 2014. *Hubungan Peran Kelompok Tani Dengan Produktivitas Usahatani Benih Padi*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta (Dipublikasikan).
- Mardikanto, T. 1996. *Penyuluhan Pembangunan Kehutanan*. Departemen Kehutanan. Jakarta.
- Nuryanti, Sri. Dewa K.S Swastika. 2011. *Peran Kelompok Tani Dalam Penerapan Teknologi Pertanian*. Pusat Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Sosial.
- Pamertua, 2002. *Pedoman Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan*. Departemen Pertanian: Jakarta.

PELUANG BISNIS BARU DI NAGARI BALINGKA (KEBUN STROBERI)

Hafika Annisaa

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: hafikaannisa26@gmail.com

Abstrak

Kegiatan agribisnis kebun stroberi merupakan usaha yang cukup menjanjikan di tengah kondisi ekonomi yang lemah dampak endemi covid-19 saat ini. Kebutuhan akan buah stroberi semakin meningkat karena hampir dari semua produk desert, cake, dan minuman menjadikan buah stroberi menjadi bahan utama dalam pembuatannya. Strategi utama pengembangan agribisnis kebun stroberi yaitu memperluas lahan pertanian guna untuk meningkatkan kapasitas produksi dan merebut peluang pasar. Buah stroberi akan banyak dibudidayakan di daerah tertentu khususnya di Kenagarian Balingka Kab.Agam yang mana memberikan keunggulan kompetitif bagi petani keran kondisi alami yang dimiliki oleh lokasi tempat berkembangnya buah stroberi, sehingga dapat membuat komoditas akan tumbuh dengan maksimal dengan ciri khas dari tempat pengembangannya tersebut.

Kata Kunci : Agribisnis, Stroberi, Budidaya, Strategi, Peluang Bisnis

PENDAHULUAN

Stoberi adalah salah satu komoditi buah yang mengandung berbagai banyak gizi selain mengandung vitamin dan mineral, biji stroberi dan daunnya juga diketahui mengandung *ellagic acid* yaitu senyawa yang berfungsi sebagai antikarsinogen dan antimutagen yang berperan penting untuk kesehatan manusia. *Ellagic acid* juga berpotensi untuk menghambat kanker yang diakibatkan oleh senyawa-senyawa kimia yang berbahaya (Supriati & Desi, 2005). Selain mengandung nilai gizi yang banyak buah

stroberi juga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, dilihat dari produksi buah yang masih belum memenuhi permintaan pasar seperti hotel, restoran, cafe dan pasar swalayan menjadikan harga jualnya cukup tinggi, sehingga buah ini menjadi salah satu peluang usaha yang menjanjikan bila dikembangkan.

Tumbuhan stroberi ini bukan tanaman asli dari Indonesia melainkan dari Chili,Amerika. Yang mana salah satu spesies tanaman stroberi yang menyebar ke berbagai negara Amerika, Eropa dan Asia yaitu *Fragaria Choiloensis L* dan spesies lain yang meyebar luas dibanding spesies *Fragaria Choiloensis L* adalah *Fagaria Vesca L* dan jenis stroberi ini pula yang pertama kali masuk ke Indonesia “(Darwis,2005 ; Soroinsong et al,2012). Stroberi merupakan buah yang tumbuh di iklim sub-tropis, namun di Indonesia sendiri yang beriklim tropis telah banyak yang mengembangkan buah ini terutama di bagian daratan tinggi yaitu diatas 1.000 dpl (diatas permukaan laut). Seperti daerah Bandung Selatan, Ciwidey, Lembang, Garut, dan daerah kecil di Sumatra Barat yaitu Kenagarian Balingka.

Nagari Balingka adalah salah satu nagari kecil yang berada di Kec.IV Koto, Kab.Agam, Prov.Sumatra Barat. Daerah yang sedang giat-giatnya untuk mengembangkan Agrobisnis kebun stroberi. Nagari Balingka terletak di lereng utara Gunung Singgalang dan dilingkari oleh bukit barisan yang membujur dari arah barat. Luas Wilyah Nagari Balingka 1.820 Ha yang terdiri dari persawahan, perkebunan dan perkampungan, daerah yang berbukit-bukit dengan ketinggian 1.100 mpdl, dengan suhu udara 18-22°C. Dengan ini Nagari Balingka sangat berpotensi untuk mengembangkan budidaya stroberi bahkan menjadikannya sebagai salah satu agrowisata perkebunan stroberi.

Berdasarkan yang telah dijelaskan diatas untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis pada kebun stroberi di Nagari Balingka, maka penulis membuat artikel ini dengan judul “peluang bisnis baru di Nagari Balingka (Kebun Stroberi)”.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan mengkaji, dan mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan, dimana tempat meneliti merupakan tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala yang objektif sebagaimana terjadi di lokasi tersebut. Penelitian ini berlokasi di Kenagarian Balingka jorong Pahambatan. Sumber data diperoleh dari observasi, wawancara dengan berbagai narasumber, buku, situs-situs, dan jurnal yang relevan, sehingga hasil penelitian akurat dan dapat mengetahui seberapa besar peluang bisnis stroberi di Kenagarian Balingka.

PEMBAHASAN

1. Budidaya Tanaman Stroberi

Nagari Balingka merupakan kenagarian yang mempunyai luas daerah 1.820 Ha yang terdiri dari persawahan, perkebunan, dan perkampungan. Nagari Balingka termasuk salah satu daerah yang cocok dalam pembudidayaan tanaman stroberi sebagaimana yang diterangkan oleh informan dalam wawancara, daerah yang terdiri dari perbukitan dengan ketinggian 1.100 Mdpl dengan suhu udara 18-21°C merupakan habitat yang cocok untuk tanaman stroberi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa petani sudah cukup baik dan maksimal dalam membudidayakan tanaman stroberinya. Dilihat dari hasil observasi yang penulis lakukan kelapangan, memperlihatkan semakin banyaknya masyarakat Nagari Balingka yang membudidayakan tanaman stroberi dan petani juga mendapatkan respon yang baik dari pemerintah daerah setempat dan pihak swasta.

Dalam usahatani tanaman stroberi, informan menjelaskan bahwa salah satu faktor yang penting dalam membudidayakan stroberi adalah pemilihan bibit yang digunakan karena bibit yang baik akan menghasilkan buah stroberi yang maksimal dan berkualitas, baik itu dari segi rasa, warna dan ukuran. Kebutuhan bibit yang digunakan dalam satuan lahan tergantung dengan jumlah polybag dan luas lahan yang digunakan. Informan juga menjelaskan jumlah bibit yang digunakan dalam satu polybag membutuhkan 4 bibit dan dalam satuan lahan di butuhkan sekitar 10.000- 50.000 bibit/lahan, sedangkan untuk keseluruhan lahannya sendiri ada sekitar +-15 lahan. dengan jarak tanam 10cm/polybag, Bibit yang diperoleh informan berasal dari hasil perbanyakan tanaman secara vegetatif yaitu anakan atau stolon. Informan lainnnya berpendapat bahwa selain pemilihan bibit buah, hal yang juga harus diperhatikan adalah lahan dan media tanam yang digunakan. Lahan kebun stroberi biasanya berbentuk guludan tanah yang diisikan kedalam polybag dengan ketinggian sekitar 1 meter dari permukaan tanah yang tujuannya untuk menjaga suhu tanah agar buah stroberi tidak cepat busuk. Informan juga menjelaskan bahwa tanah tidak diisikan penuh dalam polybag, namun diberikan ruang untuk peletakkan pupuk kandang, untuk

satu karung pupuk kandang bisa diperuntukkan untuk tujuh polybag. Polybag yang telah diisi pupuk, harus ditimpa lagi dengan tanah, agar akar dari tanaman stroberi tidak langsung mengenai pupuk tersebut.

Pengolahan tanah dalam mengelola tanaman stroberi membutuhkan sumber air yang cukup memadai karena pengolahannya dapat dilakukan pada setiap saat, untuk mengatasi permasalahan mengenai air, informan menjelaskan membutuhkan 54 roll selang guna untuk mengaliri air dari sumber air hingga mencapai ke kebun miliknya. penyiraman pada cuaca panas dilakukan minimal sebanyak 2 kali dalam seminggu.

Buah stroberi yang memiliki kualitas yang bagus harus melalui beberapa proses dalam membudidayakannya yaitu: penyiraman (pengairan), penyulaman, penyiangan, pemupukan susulan, pemangkasan, perlindungan (proteksi) tanaman. Informan juga menambahkan untuk menghasilkan buah stroberi yang berkualitas bagus, tanaman stroberi harus di remajakan setelah berumur lebih dari 2 tahun. Hal ini dapat dilakukan apabila terdapat ciri-cirinya: tumbuk kerdil, bunga rontok, dan buah yang berukuran kecil-kecil dan jumlahnya yang sedikit. Peremajaan ini prinsipnya ialah membongkar semua tanaman stroberi yang sudah tidak produktif dan ditanami kembali dengan bibit baru.

2. Tahapan Pasca Panen Buah Stroberi

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa petani stroberi di Kenagarian Balingka sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menghasilkan buah stroberi yang berkualitas dan menjaga kesegaran buah sampai akan dipasarkan dan sampai di tangan konsumen. Diketahui dari informasi yang penulis dapatkan dari informan dalam

wawancara, informan menjelaskan bahwa buah stroberi merupakan buah yang rentan rusak sehingga membutuhkan penanganan khusus dalam pasca panen, baik itu dari pengumpulan hasil, pengangkutan dan pencucian, sortasi dan klasifikasi.

Menurut informan, sebelum dipasarkan buah stroberi lebih dahulu di packing. Kegiatan-kegiatan pokok pengemasan meliputi: 1). Menyiapkan kotak plastik transparan kapasitas $\frac{1}{4}$ -1 kg; 2). Masukkan buah stroberi yang telah dipanen tersebut secara hati-hati; 3). Tutup permukaan kotak plastic berisi buah stroberi dengan lembar plastic polietilene. Tata cara pengepakan dan pengangkutan buah stroberi yang telah dikemas ialah sebagai berikut: 1) masukkan kemasan buah stroberi yang telah dipacking ke dalam dos karton atau keranjang secara bersusun, dan ditata satu per satu dalam mobil pengangkutan, 2) dan diangkut ke tempat tujuan pemasaran. Tata cara penyimpanan ialah sebagai berikut: 1) bongkar semua kemasan yang ada dalam mobil angkutan, 2) simpan kemasan buah stroberi tersebut dalam rak-rak penyimpanan atau lemari pendingin pada suhu 0°C - 1°C .

Menurut informan, tujuan utama dari pengolahan buah stroberi setelah dipanen ialah untuk meningkatkan ketahanan buah sehingga baik dikonsumsi oleh konsumen. Selain itu, pengolahan buah stroberi dapat dilakukan secara sederhana pada skala industri rumah tangga. Seperti dodol, jelly, selai. Dengan tujuan untuk meningkatkan keanekaragaman dalam bahan pangan. Informan juga mengatakan, buah stroberi yang dia hasilkan biasanya dipasarkan ke masyarakat langsung guna untuk dikonsumsi bahkan dijual kembali, pendistribusiannya ke kota

Bukittinggi, kota pekanbaru, jambi, dan juga aceh. Akan tetapi, ada juga konsumen yang datang langsung ke kebun stroberi untuk membeli dan memetik langsung, menurut pengunjung yang penulis wawancari, tujuan pengunjung datang dan memetik sendiri ke kebun stroberi tidak lain dan tidak bukan untuk berwisata dan ingin merasakan kesegaran buah stroberi yang baru saja dipetik. Hal ini banyak dimanfaatkan oleh para petani stroberi untuk menjadikan kebun stroberi miliknya bukan sekedar kebun stroberi saja namun sudah dijadikan sebagai tempat wisata.

3. Konsep strategi pengembangan agribisnis

Menurut Sahlan dan Sri Wahyuni (2019) strategi adalah mengembangkan komoditi dan kegiatan agribisnis yang sesuai dengan potensi lahan dan penduduk di suatu wilayah. Konsep strategi pengembangan agribisnis memiliki tujuan utama dalam setiap kegiatannya yaitu tercapainya keberhasilan, ada beberapa elemen strategi yang harus dipenuhi. *Pertama* tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten dan jangka panjang. *Kedua* pengertian mendalam terhadap lingkungan persaingan. *Ketiga* penilaian objektif terhadap sumberdaya dan implementasi yang efektif (Toguria, 2013).

Manajemen strategi diterapkan dengan mengatur secara menyeluruh yang terlibat dalam perusahaan seperti; sumberdaya manusia yang menggerakkan, sumber daya alam, teknologi manufaktur, lingkungan yang tidak dapat diduga, maupun pengaruh pasar yang berubah-ubah (Nataliningsih et al, 2018).

Menurut Aji Prasety dalam Nataliningsih et al, (2018) ada 5 pendekatan dalam manajemen strategi agribisnis, yaitu:

a. Pendekatan Industri Organisasi (I/O)

Pendekatan yang menekankan faktor eksternal industri lebih penting daripada internal industry, yang mana pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa strategi bersaing mempengaruhi kinerja yang lebih kuat.

b. Pendekatan Resource Based View (RBV)

Pendekatan yang memperhitungkan dan melihat ke depan berdasarkan sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Dalam perusahaan pertanian SDM ataupun SDA sangat menentukan produk yang dihasilkan, lokasi, inovasi bibit hibrida, iklim, teknologi pemanenan bahkan inovasi dalam pengolahan menghasilkan produk yang unggul dibanding pesaingnya.

c. Pendekatan Knowledge Based View (KBV)

Pendekatan yang menganggap industry sebagai tempat menghasilkan, mengintegrasikan serta mendistribusikan pengetahuan. sehingga perusahaan harus terus melakukan uji coba dalam memperbanyak ragam produk agar konsumen tetap dapat mengingatnya dan mempunyai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

d. Pendekatan Dynamic Capabilities View

Pendekatan yang berorientasi pada kemampuan yang terus berubah, sehingga untuk mempunyai keunggulan yang kompetitif harus berubah agar terjadi kinerja unggul.

e. Pendekatan Stakeholder

Pendekatan yang dapat mempengaruhi visi misi perusahaan yang merupakan hasil strategic yang

dicapai dan memiliki klaim tegas tentang kinerja perusahaan.

Hermawan (2008) menjelaskan bahwa agribisnis ialah seperangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Agribisnis merupakan salah satu kesatuan system yang terdiri dari beberapa sub system yang terkait dengan penyediaan sarana produksi, subsistem usaha tani produksi, subsistem pasca panen dan pengolahan, subsistem pemasaran, subsistem jasa dan penunjang.

4. Faktor internal pengembangan agribisnis kebun stroberi

Menurut davis (2009), matrik SWOT adalah suatu alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis. Matrik ini mengelompokkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang mungkin akan timbul, sehingga dapat dihadapi dengan kekuatan dan kelemahan internal. Analisis SWOT dijadikan sebagai salah satu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi pada *profit* dan *nonprofit* dengan tujuan utama yaitu untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara komprehensif (fahmi,2015,hlm.252-265).

Faktor pendukung internal dalam pengembangan agribisnis kebun stroberi di Kenagarian Balingka yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan di dalam hal ini merupakan suatu potensi dan kondisi yang dimiliki oleh para petani di Kenagarian Balingka terkait dengan pengembangan agribisnis kebun stroberi adalah pengalaman petani dalam pengembangan Agribisnis kebun stroberi, dimana pengalaman petani dalam pengembangan

agribisnis kebun stroberi ini memengaruhi terhadap sebuah keahlian dan juga keberhasilan agribisnis. Tinggi rendahnya pendidikan formal dan informal, dengan adanya pengalaman berusaha tani yang cukup lama petani sudah mampu dan ahli dalam melakukan agribisnis. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, petani yang memiliki agribisnis kebun stroberi ini sudah melakukan kegiatannya dari tahun 2013 dan viral pada tahun 2019. Belakangan akibat pandemik dan viralnya kebun stroberi yang ada di Kenagarian Balingka mengakibatkan makin banyaknya petani yang beralih pertanian, yang awal mulanya para petani di Kenagarian Balingka hampir keseluruhan memiliki usaha pertanian seperti sawah, dan ladang, sekarang lahan persawahan itu di alihkan menjadi lahan kebun stroberi. Status lahan kebun adalah milik sendiri maka dapat mengurangi biaya produksi. Berdasarkan hasil observasi langsung serta melakukan wawancara kepada para narasumber, yang memiliki lahan sendiri itu tidak terlalu banyak, tetapi kebanyakan lahan kebun stroberi di kenagarian Balingka ini 80% lahanya adalah lahan yang disewa. Menambah Penghasilan Rumah Tangga Petani, berdasarkan hasil wawancara kepada salah seorang narasumber mengatakan bahwa rata-rata kebun stroberi memberikan penghasilan tambahan bagi para petani. Usaha kebun stroberi mampu memenuhi kebutuhan keluarga petani. Secara signifikan buah stroberi yang terjadi di Sumatra Barat mengalami peningkatan hasil produksi dari dua tahun belakangan.

b. Faktor Kelemahan (Weakness)

1) Keterbatasan Modal

Modal merupakan sumber daya utama dalam melakukan usaha tani kebun stroberi. Dimana keterbatasan modal menjadi salah satu faktor penghambat atau kelemahan petani dalam mengembangkan tanaman stroberi ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani kebun stroberi di kenagarian Balingka sumber modal yang dibutuhkan masih terbatas karena petani masih cukup sulit untuk melakukan pemeliharaan terutama dalam menjangkau harga sarana produksi dan pestisida. Dan juga narasumber menjelaskan untuk satu polybag tanaman stroberi sendiri terdapat modal tertanam +/- Rp 45.000/ polybag.

2) Mengalami gagal panen

Gagal panen merupakan suatu kelemahan yang sulit diatasi oleh petani. Kegagalan ini disebabkan oleh faktor iklim yang tidak menentu dan faktor luar yang tidak dapat dikendalikan oleh para petani kebun stroberi di Kenagarian Balingka. Adanya hama penyakit juga mengakibatkan banyaknya produk tanaman stroberi yang cacat karena tidak tumbuh dengan baik.

3) Tidak adanya kerjasama dengan instansi/ sap rodi produksi

Sarana produksi merupakan salah satu pendukung dalam pemeliharaan tanaman stroberi. Di Kenagarin Balingka sendiri belum ada perusahaan khusus yang menyediakan sarana produksi, hanya saja toko pengecer dan agen saja.

5. Faktor Eksternal Pengembangan agribisnis kebun stroberi

a. Faktor Peluang (Opportunities)

1) Kelompok tani

Kelompok tani merupakan suatu wadah yang sangat penting bagi petani dalam hal pengembangan agribisnis kebun stroberi. Kelompok tani memberikan kemudahan kepada para petani dalam memperoleh informasi, dan dengan adanya kerjasama para petani mempermudah dalam memperoleh bantuan dari pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara ada beberapa kelompok tani yang ada di Kenagarian Balingka salah satunya kelompok tani kebun stroberi upang.

2) Infrastruktur yang mendukung.

Infrastruktur pendukung yang ada dalam pengembangan agribisnis kebun stroberi merupakan peluang bagi petani dalam mengembangkan dan menunjang peningkatan produksi dan pendapatan petani. Infrastruktur tersebut meliputi jalan untuk menuju kebun stroberi yang bisa dijangkau dengan menggunakan sepeda motor dan jalan kaki.

3) Keterlibatan lembaga penyuluhan

Keterlibatan suatu lembaga penyuluh merupakan suatu badan yang sangat dibutuhkan dan sangat bermanfaat bagi para petani dikarenakan dengan adanya penyuluh dalam memberikan berbagai informasi terkait pengelolaan, manajemen, inovasi-inovasi baru

hingga pemasaran terkait dengan pengembangan agribisnis.

4) Permintaan Stroberi yang meningkat

Permintaan buah stroberi mengalami peningkatan, sebagaimana yang dikatakan (sutopo 2016) menyebutkan bahwa produksi stroberi dari petani masih sangat kurang sehingga belum mencakupi permintaan yang terus bertambah.

b. Faktor Ancaman (Threats)

1) Kondisi Iklim

Kondisi iklim yang tidak menentu merupakan penghambat dan kendala yang menyebabkan petani sulit untuk melakukan agribisnis terkait waktu tanam, pengelolaan dan pasca tanam.

2) Tingginya biaya produksi

Para petani mengalami pengaruh yang cukup besar ketika tingginya biaya produksi, dimana hal ini menjadi salah satu kendala bagi para petani dalam melakukan berbagai hal yang berkaitan dengan agribisnis kebun stroberi

3) Serangan hama dan penyakit

Serangan hama dan penyakit yang menyerang tanaman buah stroberi merupakan ancaman bagi petani, dimana petani mengalami kesulitan untuk menanggulangi hama dan penyakit, sehingga para petani harus melakukan tindakan seperti peracunan.

6. Peluang Bisnis Kebun Stroberi Kenagarian Balingka

Informan menjelaskan agribisnis kebun Stroberi di Kenagarian Balingka merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan, dilihat dari perkembangannya buah stroberi merupakan buah yang cepat untuk berbuah dan

merupakan buah yang tidak musiman sehingga buahnya akan selalu ada. Namun, semuanya kembali lagi dengan perawatan yang diberikan. Informan juga menambahkan, untuk harga jualnya buah stroberi lebih menjanjikan dan stabil dibanding dengan tanaman yang masyarakat Balingka banyak tanam yaitu cabai. Cabai memiliki harga jual yang tidak stabil sehingga untuk para petani memiliki resiko yang besar pula. Untuk Harga stroberi di kebun stroberi Kenagarian Balingka ditetapkan Rp 80.000/kg untuk masyarakat yang petik langsung ke kebun stroberi, namun untuk dijual kembali harga stroberi per kgnya ditarif Rp 70.000/kg.

Kebun Stroberi di Kenagarian Balingka bukan hanya lokasi untuk menanam stroberi saja, namun dijadikan sebagai objek wisata agribisnis. Banyak dari kalangan masyarakat yang berdatangan ke kebun stroberi Kenagarian Balingka baik itu masyarakat lokal maupun non lokal. hal ini berdampak baik untuk masyarakat sekitar sehingga penduduk sekitar dapat membuka usaha guna untuk meningkatkan pendapatannya. Kedepannya kebun stroberi di Kenagarian Balingka bisa menjadi salah satu wadah guna untuk wisata edukasi, sehingga wisatawan yang datang kekebun stroberi tidak hanya untuk berliburan namun juga mendapatkan ilmu tentang budidaya stroberi, dan juga dapat mempelajari pengolahan berbagai jenis makan dari buah stroberi yang dihasilkan.

KESIMPULAN

Petani stroberi adalah petani yang mengusahakan serta mendapatkan penghasilan dari usaha kebun stroberi. Strategi disini merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan pengembangan agribisnis kebun stroberi

dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Mempersempit kelemahan dan ancaman dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang tersebut. Faktor internal kekuatan dalam agribisnis kebun stroberi di Kenagaria Balingka yaitu kondisi fisik dan mutu buah stroberi yang baik, produksi stroberi yang mencukupi permintaan konsumen, luas lahan, benih yang unggul digunakan dan ketersediaan benih, factor internal kelemahan dimana petani masih kurang ahli dalam mengelola buah yang dihasilkan, minimnya modal. Factor peluang yaitu permintaan buah stroberi yang terpenuhi, harga input rata-rata dan mudahnya akses pasar. Faktor eksternal ancaman yaitu masih kurangnya dukungan dari pemerintah, kurangnya kemampuan penyuluh pertanian dalam agribisnis usaha kebun stroberi di Kenagarian Balingka.

Berdasarkan hasil yang didapatkan disimpulkan bahwa factor kekuatan menjadi factor internal yang paling berpengaruh serta peluang menjadi factor eksternal yang paling berpengaruh dalam pengembangan Nagari Balingka Kab.Agam sebagai pusat agrowisata kebun stroberi. Untuk itu strategi yang utama dalam pengembangan Nagari Balingka sebagai pusat produksi stroberi ditekankan kepada bagaimana menggunakan kekuatan yang ada untuk menghadap peluang yang ada. Rekomendasi kebijakan lainnya rekomendasi utama juga dijalankan sebagai pendukung pengembangan Nagari Balingka Kab.Agam sebagai pusat produksi stroberi. Kaitannya terutama dalam rangka peningkatan efesiensi usaha tani dan kelestarian lingkungan. Hal ini dapat dilakukan terutama agar usaha tani kebun stroberi di Kenagarian Balingka dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman,S., & Saraswati,D. (2005) *Berkebun Stroberi Secara Komersial*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Fahmi, Ihram. 2015. *Manajemen Strategis*. Bandung: Alfabeta.
- Nataliningsih. Et al, (2018) *Manajemen Strategi Agribisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sahlan., & Wahyunu, Sri. (2019) Strategi Pengembangan Agribisnis Strawberry (*Fragaria Vesca*) Di Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, *Jurnal Ilmu Pertanian*, 2 (3).
- Saroinsong, D. et al. (2012) Agribisnis Tanaman Stroberi di Desa Rurukan Kecamatan Tomohon Timur, *Eugenia* 18 (3).
- Toguria, R. 2013. *Strategi pengembangan agribisnis kopi mandailing di Kecamatan Ulu Pungkat*. Fakultas pertanian. Jurusan Agribisnis. Universitas Sumatera Utara. Medan.

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN DAN MENINGKATKAN PRODUKSI HOME INDUSTRI GULA SEMUT

Hafizatur Rahmah

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: hafizaturrahma11@gmail.com

Abstrak

Berbagai macam produk yang dihasilkan pertanian terutama di bidang perkebunan berupa tanaman tebu. Tanaman tebu dapat diproduksi berupa gula merah, salah satunya berada di Nagari Bukik Batabuah yang memproduksinya. Namun seiring waktu produksi gula merah mulai tidak produktif karena luas perkebunan tebu semakin berkurang dan harga selalu naik turun. Akhirnya, Nagari Bukik Batabuah melalui Kelompok Tani Sakinah yang dibantu oleh pihak Universitas Andalas untuk mengembangkan produk gula merah dengan membuat terobosan baru yakni gula semut. Produk ini merupakan turunan dari gula merah yang diolah menjadi serbuk ataupun berbentuk kristal, dalam pembuatan gula semut ini sudah ada di daerah lain mengolahnya salah satu diantaranya berada daerah Lawang. Daerah ini sudah terlebih dahulu memulai mengembangkan gula semut ini. Di dalam pembuatan artikel ini penulis menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif yaitu menjabarkan keadaan yang diamati di lapangan lebih spesifik dan mendalam maupun transparan. Untuk dapat emngembangkan usaha gula semut yang ada di Nagari Bukik Batabuah menggunakan analisis SWOT agar dapat mengetahui apa-apa saja kendala yang di alami oleh kelompok yang memproduksi gula semut di Nagari Bukik Batabuah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produksi Home Industri, Gula Semut

PENDAHULUAN

Indonesia salah satu negara yang menghasilkan berbagai macam produk-produk pertanian yang berlimpah di seluruh wilayah nusantara. Bidang pertanian sangat berpotensi dalam

pembangunan ekonomi Indonesia dikarenakan bidang inilah yang banyak memberikan penyediaan ladang pekerjaan bagi sebagian kalangan masyarakat Indonesia.

Gumbira-Sa'id dan Intan (2001) menjelaskan bahwa dalam mengembangkan sebuah produk yang berkualitas mampu bersaing dengan negara penghasil pertanian lainnya masih sangat memprihatinkan dikarenakan kurangnya edukasi mengenai cara pengelolaan bidang pertanian, untuk itu diperlukan tekad kuat serta mempunyai kemauan tinggi dari masyarakat dalam mengelola sektor ini dimulai dari proses produksi hingga strategi gimana pendistribusian produk lancar agar mampu bersaing dengan negara-negara agraris lainnya. (Nur Afni Evalia, 2015).

Pertanian tergolong beberapa sektor yakni perkebunan, peternakan, kehutanan, tanaman pangan, dari kelima sub bidang pertanian ini jika diatasi lebih baik dapat memberikan celah peluang demi kemajuan pembangunan perekonomian Indonesia pada saat ini maupun masa akan datang serta produk dihasilkan nantinya dapat di ekspor ke seluruh dunia. (Mega Nugraheni Apriza Putri, 2019).

Kebanyakan hasil dari produk pertanian sebagian berbentuk belum jadi maupun tak akan tahan lama jadi diperlukannya pengolahan dari campur tangan para industri lebih lanjut agar pengelolaanya akan memberikan hasil maksimal beserta pemerintah juga turut andil di dalam nya terkait kebijakan apa untuk mengembangkan langkah selanjutnya agar pertanian Indonesia bisa maju juga dikenal keseluruh penjuru dunia melalui produk dihasilkan. (Irmawati, 2015).

Berbagai produk yang dihasilkan salah satu sektor pertanian yaitu bidang perkebunan. Bidang Perkebunan mempunyai ciri-ciri tumbuhan terdiri dari golongan tanaman semusim maupun tanaman setahun. Tumbuhan setahun adalah tanaman yang memiliki usia pertumbuhan lebih dari

satu tahun, misalnya tumbuhan cengeh, kopi, kelapa, kelapa sawit, kakao, karet, teh, kayu manis dan lain sebagainya. Sedangkan tumbuhan semusim ialah usia pertumbuhan tanamannya kurang dari setahun, contohnya tumbuhan tembakau, tebu, kapas, akar wangi, sereh, dan rosella. (Statistik, 2022).

Diantara banyak jenis tumbuhan semusim dalam sub perkebunan salah satunya ada tumbuhan tebu biasanya disebut juga dengan *Saccharum officinarum* merupakan tanaman tergolong rumput-rumputan hanya dapat tumbuh di daerah subtropika. Badan Penelitian Pertanian dan Pengembangan Departemen Pertanian mamaparkan tumbuhan tebu banyak dijumpai pada kawasan Jawa dan Sumatera disebabkan wilayah tersebut mendukung untuk menanami tumbuhan tebu tersebut.

Pada standarnya masyarakat sudah mengenal tebu bisa di jadikan sebuah produk yakni gula merah. Tebu tentu saja bukan satu-satunya penghasil produk gula merah adapun terdapat di tanaman aren, kelapa, siwalan dan nipah. Kebutuhan gula merah di Indonesia memang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, dikarenakan gula merah dijadikan berupa pemanis makanan, menambah cita rasa aroma maupun sebagai pewarna makanan alami. Gula merah menjadi komoditi utama dalam industri skala kecil dari usaha makanan hingga minuman, bahkan industri besar seperti untuk pembuatan kecap menggunakan gula merah sebagai salah satu bahannya.

Data BPS menjelaskan Sumatera Barat merupakan salah satu diantara memproduksi gula merah di wilayah Indonesia dengan menghasilkan 4 894,00 ton dengan sebaran daerah penghasil terbanyak gula merah yaitu kabupaten Tanah Datar kisaran 2 235,00 ton, Kabupaten Agam kisaran 2 069,00 dan Kabupaten Solok 578,00.

Namun di era sekarang jika mengandalkan produksi gula merah saja tentu akan membuat pasaran akan semakin menurun produksi nya jika tidak membuat langkah awal yakni sebuah strategi maupun inovasi mengenai produk yang akan di produksi, untuk itu Nagari Bukik Batabuah membuat sebuah inovasi terbaru dari kelanjutan produksi gula merah yaitu gula semut.

Sebenarnya produksi gula semut ini sudah banyak diproduksi di wilayah Indonesia selain Sumatera Barat terkhususnya Nagari Bukik Batabuah. Namun itu merupakan sebuah langkah awal maupun alternatif bagi petani maupun pengusaha gula merah karena ini akan membantu pemerintah dalam usaha pembuatan inovasi baru terkait diversifikasi olahan nira tebu. Hal ini pun sebuah langkah bagus untuk memajukan daerah serta ini akan membuat Nagari Bukik Batabuah dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah maupun negara lainnya akan usaha gula semut tebu.

Gula semut ialah produk yang dihasilkan dari gula kristal yang dicairkan dari nira yang diproses hingga menjadi serbuk. Mustaufik dan Karseno (2004) mengatakan bahwa nilai dari sebuah produk gula semut mempunyai kelebihan dari pada gula cetak karena memiliki bau yang khas serta memiliki kadar air sekitar 2-3 persen, itu lah membuat produk gula semut bisa disimpan dengan rentang waktu yang lama, mampu larut dalam air, pengemasan nya pun praktis serta dapat ditambahkan ke bahan-bahan makanan dan minuman. (Rosiana, 2020).

Gula semut sekarang salah satu komoditi unggul serta keberadaannya cukup banyak diminati oleh pasaran dalam negeri maupun luar negeri. Jika di dalam negeri produk gula semut banyak di jumpai di pasar tradisional, supermarket dan tempat- tempat lainnya, tak hanya itu komoditi gula semut juga di krim ke luar negeri seperti Negara Asia (Jepang,

Korea Selatan), Amerika, Eropa (Jerman dan Belanda) dan negara lainnya.

Menurut Data Direktorat Dagang Kecil Menengah dan Produk Dalam Negeri, menyatakan jika permintaan pasar mengenai gula semut Indonesia telah menginjak 400 ton setiap bulan terdiri dari permintaan dari lokal maupun luar lokal. Permintaan barang telah sampai juga berkisaran 20 ton per bulan, kecukupan produksi negeri sekitar 5- 10 ton per bulan. (Salehwati, 2019).

Berdasarkan penjelasan yang di kemukakan diatas mengenai usaha gula semut di Nagari Bukik Batabuah maka penulis ingin melakukan pengamatan sekaligus mengetahui gambaran umum usaha gula semut tebu bagaimana perkembangan dan peningkatan produksinya serta mengetahui bagaimana pemasaran produk gula semut dari Nagari Bukik Batabuah

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan serta menggambarkan bagaimana proses pengembangan produksi gula semut tebu serta memasarkan produk dalam memenuhi permintaan pasar. menjabarkan serta menggambarkan bagaimana proses pengembangan produksi gula semut tebu serta memasarkan produk dalam memenuhi permintaan pasar. Tempat penelitian ini bertempat di pengolahan produksi gula semut tebu di Nagari Bukik Batabuah. Metode ini dilakukan dengan cara mengambil tinjauan langsung pada suatu intansi ataupun tempat dijadikan sebuah objek untuk mendapatkan data primer maupun data sekunder.

PEMBAHASAN

1. Sejarah Kanagarian Bukik Batabuah

Awal nya daerah Nagari Bukik Batabuah terdiri dari tarakan atau wilayah yang ditempati beberapa kaum lalu berubah menjadi dusun kemudian dari dusun berkembang jadi jorong setelah itu beberapa jorong berpadu sebuah nagari, sedangkan untuk daerah perbatasan luar dinamakan kubu.

Pada masa lalu rakyat Nagari Bukik Batabuah berasal dari daerah pariangannya selanjutnya meluas ke seluruh daerah Nan Sambilan Suku (Bukik). Kemudian dilanjutkan ke daerah Nan Ampek Suku (Batabuah), kubu-kubu lain menyusul terakhir. Nagari Bukik Batabuah zaman dulu terbagi atas dua arah yakni daerah perbukitan serta daerah batabuah kenapa diberikan nama seperti itu dulunya saat datangnya waktu ibadah maupun ketika ada tanda terjadi musibah masyarakat di sana menggunakan alat berbentuk tabuah (beduk).

Kanagarian Bukik Batabuah mempunyai 4 daerah jorong yakni, jorong Batang Silasiah, jorong Gobah, jorong Kubang Duo dan jorong Batabuah Koto Baru.

2. Biografi Nagari Bukik Batabuah

Kanagarian Bukik Batabuah berada pada wilayah 100°30 sampai 100°31 BT serta 0°25 sampai 0°27 LS beribukota Kubu Apa jorong Batabuah Koto Baru. Nagari Bukik Batabuah termasuk bagian 684 Nagari di Provinsi Sumatera Barat serta 82 Nagari di Kabupaten Agam.

Keberadaan Nagari Bukik Batabuah letak geografisnya berada daerah barat di gunung Merapi dengan jarak tempuh sekitar 5 km dari pusat kota Bukittinggi. Nagari ini berada pada ketinggian di atas 910 meter jauh dari permukaan laut dan memiliki intensitas hujan berada 2000 hingga 3000 mm per tahunnya serta memiliki suhu 18,5°. Perbatasan Nagari Bukik Batabuah dimulai dari arah barat

berbatasan antara dua nagari yakni Nagari Kubang Putih Kecamatan Banuhampu dan Nagari Sungai Pua Kecamatan Sungai Puar. Perbatasan timur yakni Nagari Lasi Kecamatan Canduang. Utara berbatasan langsung dengan Nagari Batu Taba Kecamatan Ampek Angkek. Selatan berbatasan langsung dengan gunung merapi. .

Nagari Bukik Batabuah memiliki jumlah wilayah beberapa bidang pekerjaan yaitu daerah perdagangan sebesar 0,87 ha, daerah persawahan sebesar 311 ha, kemudian kawasan perkebunan 471,1 ha, wilayah permukiman 90,80 ha dan daerah lainnya 284,2 ha. (Data Kanagarian Bukik Batabuah, 2019)

3. Konsep Produksi Home Industri

a. Pengertian Produksi

Produksi di dimaknai sebuah alur yang menghasilkan semua kegiatan termasuk juga alur untuk menciptakan hasil, penghasilan maupun perbuatan (Indrayani, 2013). Jadi yang dikatakan produksi maupun memproduksi merupakan sesuatu usaha ataupun kegiatan agar dapat mencukupi permintaan manusia dan mendapatkan nilai guna bagi barang yang dipakai nanti.

b. Faktor-Faktor Produksi

Adapun menurut rosyidi (2009) beberapa mempengaruhi sebuah produksi: a) Tanah ialah tempat melakukan semua aktivitas mengenai sebuah produksi, b) Tenaga kerja berdasarkan Undang-Undang Ketenagakerjaan tahun 2014 dikatakan tenaga kerja ialah yang ahli dalam pekerjaan yang di kerjakannya agar dapat mendaptkan pemenuhan permintaan manusia, c) Modal merupakan dana yang dibutuhkan untuk melakukan pembelian alat-alat untuk memproduksi suatu barang, modal tergantung dari pengeluaran operasional dalam memproduksi, d) Bahan

Baku ialah barang pokok tersedia untuk membuat sebuah barang yang dapat pakai oleh manusia, bahan baku terdiri dari dua jenis yakni bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung, dan e) Teknologi ialah sebuah sarana untuk mempermudah aktivitas yang dikerjakan oleh manusia. (Andriani, 2017)

c. Pengertian Home Industri

Menurut kata bahasa *home* ialah sebuah tempat untuk tinggal atau bisa juga disebut rumah sedangkan kata *industri* artinya kegiatan melakukan tindakan dalam mengolah barang belum jadi, yang di katakana *home industri* bentuk upaya yang dilakukan dalam membuat sebuah hasil berupa produk berbasis rumahan. Tak hanya itu *home industri* juga dikenal dengan sebutan usaha rumah yang dikerjakan bertitik di rumah tangga yang dikerjakan oleh para keluarga.

Home industri juga memberikan dampak positif dalam keberadaannya yang pertama, bahan baku di produksi dapat ditemukan di wilayah tempat tinggal sekitar, kedua memiliki pemasukan yang belum terlalu besar dan biaya barang pun tidak terlalu mahal itulah yang dapat membuat usaha tetap bertahan. Ketiga, tempat dijadikan usaha terdapat di daerah desa maksud nya ialah jika daerah sawah mulai sempit disebabkan banyak perumahan atau toko didirikan maka *home industri* sebagai alternatif bagi masyarakat untuk mendapat pemasukan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sumodiningrat menyatakan ada beberapa ciri khas mengenai home industri ini yaitu, 1) memiliki tingkatan yang sama antara yang punya usaha dengan manajerial, 2) menggunakan tenaga kerja dalam atau kerabat yang bersangkutan, 3) belum memiliki izin hukum berupa surat-surat terkait usaha, 4) memakai modal sendiri,

dan 5) usaha yang di kerjakan masih kecil. (Achmad Fawaid, 2020).

Undang-undang No. 3 tahun 2014 memberikan jenis industri rumah menjadi 2 yakni: a) industri kecil, usaha yang mempunyai nilai paling berkisaran 500.000.000 belum masuk rumah maupun bangunan, miliki tenaga kerja berjumlah 4 orang. b) industri menengah, usaha yang memiliki harga sebesar di atas 500.000.000 hingga 10.000.000.000 dan mempunyai tenaga kerja sebanyak 20-100 orang.

Di dalam mengelola sebuah usaha tentu akan mengalami banyak rintangan. Adapun masalah yang di lalui oleh usaha kecil yaitu, mulai dari masalah pemasaran, masalah sumber daya manusia, masalah keuangan dan lain sebagainya, itu semua dapat diatasi dengan dilakukan membuat sebuah langkah agar dapat mengatasi permasalahan yang ada pada usaha kecil.

Usaha semakin maju dan berkembang lagi jika mempunyai ilmu maupun keahlian dalam mengelola usaha yang akan dijalankan. Ilmu merupakan sebuah pemahaman mengenai suatu hal melalui pengalaman-pengalaman bisa dipelajari melalui komunitas maupun pendidikan (Dini Rochdiani, 2018)

4. Usaha Gula Semut

Gula semut berasal gula merah yang telah di haluskan dan dikenal dengan gula kristal. Mengapa dinamai dengan seperti disebabkan berbentuk sarang semut. Gula semut dibuat melaui penyaringan air nira, adapun produksi gula semut Indonesia banyak di jumpai pada tanaman kelapa maupun aren namun juga sekarang sudah ada mencoba menggunakan tanaman tebu.

Namun dikarenakan produksi menggunakan tanaman kelapa maupun aren maka dua jenis tanaman ini termasuk dalam jenis tumbuhan palmae setelah itu gula

semut dikenal dalam bahasa lain dengan sebutan *palm sugar* atau *palm zuiker*.

Gula semut ini bisa dijadikan alternatif untuk pengganti gula pasir putih. Gula semut mempunyai ciri khas berwarna coklat, dari coklat kekuningan, gelap hingga kemerahan. Jika dilihat dari tampilan gula ini warna coklat namun mempunyai kelebihan dari pada gula pasir salah satunya mempunyai kandungan gula sedikit itulah yang bisa membuat gula semut ini sehat daripada gula putih pasir.

Adapun sebagian orang sudah mulai menyadari tentang kesehatan bahwa mengkomsumsi gula pasir putih terlalu berlebihan itu akan mengganggu kesehatan seperti, obesitas, diabetes. Gula semut menjadi salah satu jalan baik untuk bisa mrngurangi pemakaian gula pasir putih. Akan tetapi gula semut masih tergolong mempunyai harga yang cukup tinggi dibandingkan denga gula pasir putih. Data statistik menunjukkan sepuluh pengimpor produk gula semut menunjukkan 50% menduduki pasar global dan 50% sisa dari pengimpor negara lain. Beberapa negara yang mengimpor produk gula semut ini berada dia Asia antara lain: Filipina, Korea Selatan, Indonesia, dan Singapura.

Dari gambaran diatas bahwa potensi gula semut ini sudah mengalami terus peningkatan dari masa ke masa sama hal nya dengan potensi gula semut yang berada di Sumatra Barat terutama di daerah Lawang maupun Canduang. Lawang sudah terlebih dahulu melakukan pembuatan gula semut dari Bukik Batabuah, sebab Nagari Bukik Batabuah ini juga memproduksi gula merah seperti hal nya dengan daerah Lawang sudah melakukan membuat terobosan baru dari kelanjutan produksi gula merah sebelumnya, hal itu membuat Universitas Andalas memberikan sebuah inovasi terbaru kepada masyarakat di

Nagari Bukik Batabuah mengenai gula semut dan hasilnya Nagari Bukik Batabuah melalui kelompok tani Sakinah mampu menghasilkan gula semut dan bisa menyamai produk di daerah Lawang.

Pada awalnya pihak Universitas Andalas mencari daerah untuk membuat sebuah inovasi terbaru, maka mereka bertemu dengan Nagari Bukik Batabuah salah satu penghasil gula merah (*saka*), kemudian mereka menawarkan kepada salah satu kelompok tani di Nagari Bukik Batabuah yaitu Kelompok Tani Sakinah untuk melakukan percobaan membuat gula semut melalui tanaman tebu dan di percobaan dengan mendatangkan langsung pihak pengelolaan gula semut di daerah Lawang, pada percobaan pertama gagal namun saat percobaan selanjutnya mereka berhasil menghasilkan gula semut. Semua ini tidak terlepas dari kerja sama dari beberapa pihak, hal ini bisa menjadikan salah satu pendapatan untuk bisa membantu masyarakat Nagari Bukik Batabuah agar dapat memproduksi skala lebih besar, dalam menentukan harga pasar mengenai produk ini berkisar sekitar Rp. 45.000 dan mampu menghasilkan sekitar 20-30 kg.

Proses pembuatan gula semut langkah pertama, memanaskan nira tebu dahulu hingga kental. Langkah kedua melakukan pendinginan melalui adukan adonan menggunakan spatula dari kayu yang diaduk secara perlahan-lahan hingga terbentuklah butiran-butiran halus atau serbuk. Tahap selanjutnya, melakukan pengeringan dengan dua metode yaitu dengan memakai sinar matahari sekitar 3-4 jam dan kedua melalui alat berupa oven pada suhu 45 C-50 C selama 1,3- 2 jam. Tahap terakhir, melakukan penampisan dengan alat stainless. Dalam pengemasan gula semut bervariasi dari ukuran 250 hingga 1000 gram. (Yuli, 2022)

5. Konsep Strategi Pemasaran

Strategi merupakan berasal dari kata *strategic* artinya ilmu siasat. Sedangkan secara istilah merupakan taktik dalam merancang sesuatu hal dalam menggapai tujuan tertentu. Konsep strategi yang di katakan Chandler strategi ialah media untuk mendapatkan sasaran yang tepat bagi perusahaan. (Rangkuti, 2006).

Strategi ialah cara agar dapat mengembangkan visi dan misi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, melakukan identifikasi mengenai suatu ancaman ataupun peluang terkait organisasi yang dijalankan, menentukan tujuan jangka panjang, melakukan evaluasi dari semua rencana yang ingin ditetapkan dan dijalankan.

Pemasaran merupakan proses merencanakan penetapan sebuah harga, penyaluran sebuah ide untuk mengembangkan sebuah sasaran yang lebih matang. Ketika mencetuskan sebuah strategi pemasaran ada tiga tahap untuk mengetahui bagaimana perkembangan pasar saat ini dan masa yang akan datang antara lain: 1) Segmentasi pasar, 2) penentuan pasar sasaran, 3) penentuan posisi pasar sasaran. (Said, 2019)

6. Analisis SWOT

Analisis SWOT ialah salah satu bagian dari rancangan dalam membuat penilaian mengenai situasi selanjutnya untuk tercapai nya suatu tujuan. Jadi, analisis SWOT ialah pertimbangan mengenai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) maupun ancaman (*threats*) terhadap situasi maupun lingkungan pada usaha yang dimiliki.

Adapun beberapa analisis SWOT untuk home industri gula semut KWT Sakinah sebagai berikut:

1) *Strength* (kekuatan),

Suatu kondisi dimana adanya kekuatan atau keunggulan dari sebuah usaha. Adapun kekuatan yang

dimiliki usaha gula semut di kembangkan kwt Sakinah yaitu: a) Mempunyai barang mentah melimpah, b) Alat yang digunakan sudah canggih sehingga dapat mempercepat dalam memproduksi, dan c) Pemerintah sekitar sudah memberikan dukungan

2) *Weekness (kelemahan)*

Situasi dimana terdapat kekurangan yang dialami sebuah usaha, antara lain: a) akses dan jarak tempuhnya cukup jauh dari lokasi usaha gula semut tersebut, b) usaha ini masih berukuran kecil, c) kurangnya sumber daya manusia dalam mengelola usaha tersebut.

3) *Opportunity (peluang)*

Celah untuk mendapatkan keuntungan bagi usaha, beberapa peluang yang didapatkan yaitu: a) tingginya permintaan gula semut di pasaran, b) terdapat acara terkait ajang pameran dari lokal maupun mancanegara itu menjadi salah satu media promosi untuk meningkatkan eksistensi usaha gula semut.

4) *Threat (ancaman)*

Keadaan yang dapat mengancam kehidupan usaha seperti: a) banyak nya produk yang serupa, b) penduduk sekitar tempat usaha masih awam mengenai adanya usaha gula semut, c) masih ada alat-alat yang masih memakai cara tradisional, d) penduduk di daerah setempat belum ada kemauan ingin menjalankan usaha gula semut tersebut.

7. Matriks SWOT

Matriks SWOT ialah media untuk mengetahui dan memberikan ketetapan dalam membuat sebuah analisis strategi bagi kelangsungan perusahaan. Untuk mengetahui langkah apa yang bisa di laksanakan untuk usaha gula semut agar bisa dikelola dengan baik, diantaranya

menggunakan: 1) Strategi SO, menggunakan kekuatan dan peluang agar dapat mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi dengan memakai data-data sudah di selesaikan dengan terencana, ini dapat diterapkan strategi tersebut dengan cara, a) melakukan promosi dengan beberapa pihak seperti, pemerintah, orang-orang terkenal, instansi terkait mengenai pengelolaan sebuah usaha. b) memperbaiki kualitas sebuah produk dengan cara, menjaga keaslian beserta kesehatan sebuah produk. 2) Strategi WO, mengurangi kelemahan yang ada di pada usaha dengan cara menetapkan peluang pada strategi, diantaranya: a) memberikan pelatihan kepada kelompok tani yang ada di Nagari Bukik Batabuah mengenai peluang produksi usaha gula semut, b) menambahkan prioritas usaha, dengan mendapatkan dukungan pemerintahan agar dapat meningkatkan lagi produksi usaha gula semut di Nagari Bukik Batabuah. 3) Strategi ST, memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi masalah yang ada di usaha gula semut, dapat ditangani dengan pemerintah memberikan minat para kelompok tani yang ingin berwirausaha terhadap pada produk gula semut, serta meningkatkan promosi dengan melakukan promosi di media social agar dapat masyarakat luar daerah akan mengetahui produk yang ada di Nagari Bukik Batabuah. 4) Strategi WT, mengurangi kelemahan agar dapat terhindar beberapa ancaman yang dapat menimbulkan pada usaha dikelola seperti menambahkan relasi dengan pengusaha dan menciptakan inovasi terkait dari produk gula semut seperti memberikan tambahan perasa dari rempah-rempah dan juga kedalam beberapa makanan seperti brownies, boba, permen dan lain sebagainya. (Andriyanto, 2017)

KESIMPULAN

Semua penjabaran diatas bahwa dalam mengembangkan sebuah usaha kecil pada khususnya tentu membuat sebuah strategi yang bisa untuk meningkatkan produktifitas dari sebuah produk. Gula semut yang diproduksi oleh kelompok tani Sakinah sudah memberikan celah peluang untuk Nagari Bukik Batabuah untuk memproduksi gula semut dengan skala lebih luas.

Untuk itu diperlukannya kerja sama antara pemerintahan setempat dengan pengusaha yang memproduksi gula semut untuk mengembangkannya agar usaha ini semakin maju dan dapat mengirimkan produk nya baik di dalam daerah maupun di luar daerah Sumatera Barat, itu semua belum bisa maksimal jika sumber daya manusia seperti masyarakat nya bisa minat dan dapat mengembangkan usaha gula semut ini serta dapat melakukan pemberian pelatihan melalui program-program pemerintah mengenai usaha industri kecil.

Dalam meningkatkan dan mengembangkann suatu usaha perlu adanya memakai analisis SWOT dan matriks SWOT melalui stratgei pemasaran dengan adanya memakai ini tentu dapat mengindetifikasi permasalahan dari usaha gula semut ini bisa segera diatasi dan juga dapat memberikan peluang bagi usaha gula semut di nagari Bukik Batabuah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Nila Dewi. (2017). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku (Studi Kasus Pabrik Sepatu PT. Kharisma Baru Indonesia. *Journal Equilibrium*. 5(2).
- Data kanagarian bukik batabuah. 2019.
- Evalia, Nur Afni. 2015. Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 12(1).

- Fawaid, Achmad dan Erwin Fatmala. 2020. Home Industri sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*. 14(1).
- Irmawati, ddk. 2015. Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumahan Gula Semut (Palm Sugar) dari Nira Nipah di Kelurahan Pallantikang. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*.
- Istiqomah dan Adriyanto Irsad. 2017. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Kasus Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 5(2).
- Millaty, Marosiny dan Salehwati, Nurul. 2019. Analisis Titik Impas Usaha Pembuatan Gula Semut Di Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang. *Jurnal Agritama*. 8(2).
- Putri, Mega Nugraheni Apriza, dkk. 2019. Analisis Usaha Pemasaran Gula Semut Di Desa Hargotirto Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo. 16(1).
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis Teknik SWOT: Teori Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia: Jakarta.
- Rochdiani, Dini, dkk. 2018. Manajemen Usaha Home Industri Desa SindangSari Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*. 7(1).
- Rosiana, Nia dan Hanifa, Sarah. 2020. Kelayakan Pengembangan Usaha Gula Semut CV. Agroberdirikari di Kecamtan Simpor Kabupaaten Kebumen. *Jurnal Agribisnis*. 10(2).
- Shaleh, Muhammad Yusuf dan Said, Miah. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.

- Wahyuni, Sari, dkk. 2020. Pengolahan Gula Semut di Desa
Mabar Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Serdang
Bedagai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 4(1).
- Yuli. 2022. Wawancara. Usaha Gula Semut Nagari Bukik
Batabuah.

ANALISIS PENGARUH PRODUKSI JAGUNG TERHADAP KESEJAHTERAAN PETANI

Hana Afifah

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen
Bisnis Syariah**

Email: hanahafifah0@gmail.com

Abstrak

Produksi pertanian adalah jumlah hasil yang diperoleh dari suatu lahan selama periode waktu tertentu, biasanya diukur dalam ton atau kilogram, dan menunjukkan potensi produk pertanian. Salah satu produk pertanian yang memiliki nilai tambah dan potensi pengembangan adalah jagung. Rao adalah sebuah daerah Kecamatan yang berada di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat, Indonesia. Kecamatan Rao di Kabupaten Pasaman ini terdiri dari dua Nagari dan 18 Jorong. Dulu sebelumnya Kecamatan Rao ini dinamai dengan Rao Mapat Tunggul, yang kemudian di bagi menjadi dua kecamatan, yaitu Kecamatan Rao dan Kecamatan Rao Mapat Tunggul. Kemudian semakin berkembangnya dari masa ke masa, Kecamatan Rao di kembangkan lagi menjadi, Kecamatan Rao, Kecamatan Rao Utara, dan Kecamatan Rao Selatan. Untuk meningkatkan kesejahteraan, petani jagung diharapkan lebih memperhatikan pengelolaan lahan dan cara budidaya yang lebih intensif untuk menghasilkan jagung yang lebih berkualitas.

Kata kunci : *Produksi, Pertanian, Petani jagung*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris yang perekonomiannya ditopang oleh sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor penghasil devisa yang sangat penting bagi Indonesia. Mantra (2008) menyatakan pertanian merupakan salah satu jalan yang banyak ditempuh negara berkembang untuk memacu pertumbuhan ekonominya. Pembangunan sektor pertanian Indonesia dianggap paling penting dalam pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Singkatnya, mempromosikan kualitas sebagai mesin pertumbuhan

ekonomi oleh industri pertanian, pemasok, dan pengembang pasar produk dan layanan dari sektor non-pertanian. Konservasi modal, tenaga kerja dan sumber daya alam untuk pembangunan berkelanjutan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2019 tentang sistem budi daya pertanian berkelanjutan “Pertanian adalah kegiatan mengelola sumber daya alam hayati dengan bantuan teknologi, modal, tenaga kerja, dan manajemen untuk menghasilkan komoditas pertanian yang mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan/atau peternakan dalam suatu agroekosistem.”

Sektor pertanian sendiri merupakan salah satu sektor dominan yang menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat dan berperan penting di Indonesia karena sebagian besar penduduk Indonesia bekerja di bidang pertanian (Yusuf and Sumner, 2015). Ada harapan yang kuat untuk pengembangan pertanian subsisten di wilayah tersebut, dan dalam hal ini peran pemerintah dalam pembangunan pertanian diupayakan, terutama untuk memfasilitasi sarana dan prasarana yang dibutuhkan petani sendiri untuk pengelolaan pertanian.

Perusahaan swasta tidak menghasilkan jagung secara optimal. Jagung merupakan makanan pokok di daerah tertentu dan dijadikan beberapa makanan jajanan yang banyak dikonsumsi masyarakat luas khususnya di desa Talung Talung, sehingga meningkatkan kebutuhan jagung di masyarakat, yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Ini termasuk distribusi varietas unggul yang kurang optimal di masyarakat, penggunaan pupuk yang tidak tepat, penerapan teknologi dan praktik pertanian yang lebih baik.

Pada umumnya, sektor pertanian merupakan sektor yang dapat ditangkap untuk investasi (Winters *et al.*, 1998). Sektor

pertanian terdiri dari beberapa subsektor yaitu subsektor pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan serta jasa pertanian. Pertanian juga dipandang sebagai suatu sektor yang memiliki kemampuan khusus dalam memadukan pertumbuhan dan pemerataan atau pertumbuhan yang berkualitas (Daryanto, 2009). Peningkatan produktivitas pertanian harus menjadi prioritas untuk mencapai perbaikan hasil yang berkelanjutan dan melibatkan peningkatan teknologipertanian serta manajemen termasuk perbaikan perairan tanah dan pengelolaan pasca panen (Al-Haboby *et al.*, 2016).

Hasil yang diperoleh dari sektor pertanian dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku industri dan sumber bahan pangan sehingga menjadikan sektor pertanian semakin penting, maka dari itu diharapkan pada sektor pertanian dapat menjadi penggerak sektor-sektor ekonomi di dalam pembangunan ekonomi pedesaan, yang dimana adanya sektor pertanian mencakup komponen sosial, ekonomi, lingkungan, dan kelembagaan (Jelocnik, 2011).

Pada sebagian besar wilayah Indonesia di sektor pertanian menjadi prioritas utama dalam menunjang perekonomiannya, seperti provinsi lain yang ada di Indonesia, Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu Provinsi yang mengutamakan kesejahteraan masyarakatnya melalui sektor pertanian, salah satunya terdapat di Kabupaten Pasaman karena Kabupaten Pasaman merupakan memiliki lahan yang luas dari beberapa Kabupaten atau Kota lainnya di Provinsi Sumatera Barat.

Upaya peningkatan produksi jagung akan meningkatkan taraf hidup petani, memenuhi kebutuhan pasar, dan meningkatkan produksi jagung yang memenuhi standar baik kualitas maupun kuantitas jagung yang dihasilkan. Namun,

untuk itu diperlukan pengetahuan dan pemahaman tentang karakteristik jagung yang ditanam seperti morfologi, fisiologi dan agroekologi yang dibutuhkan jagung untuk meningkatkan produksi jagung di Indonesia.

Perkembangan sektor pertanian di Kabupaten Pasaman tidak lepas dari peran masing-masing subsektor. Salah satu produk pertanian yang memiliki nilai tambah dan potensi pengembangan adalah jagung. Jagung (*Zea Mays*) merupakan salah satu bahan baku yang strategis, memiliki nilai ekonomi dan peluang pengembangan karena posisinya sebagai sumber utama karbohidrat dan protein setelah beras. Jagung sendiri masih diminati oleh masyarakat dan masih memegang posisi yang tinggi di mata masyarakat khususnya di Kabupaten Pasaman.

METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, daerah penelitian diambil dengan teknik purposive sampling yaitu para petani jagung yang ada di Rao, kunci informasi dalam penelitian ini adalah tokoh yang di tua kan di masyarakat Kecamatan Rao Kabupaten Pasaman dan para petani di kecamatan Rao, Metodologi pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari wawancara dengan petani di Kecamatan Rao dilanjutkan dengan observasi langsung untuk melihat dan mengamati praktek petani jagung

PEMBAHASAN

Rao adalah sebuah daerah Kecamatan yang berada di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat, Indonesia. Kecamatan Rao di Kabupaten Pasaman ini terdiri dari dua Nagari dan 18 Jorong. Dulu sebelumnya Kecamatan Rao ini dinamai dengan Rao Mapat Tunggul, yang kemudian di bagi menjadi

dua kecamatan, yaitu Kecamatan Rao dan Kecamatan Rao Mapat Tunggul. Kemudian semakin berkembangnya dari masa ke masa, Kecamatan Rao di kembangkan lagi menjadi, Kecamatan Rao, Kecamatan Rao Utara, dan Kecamatan Rao Selatan. Dalam konsep budaya Minangkabau, Rao merupakan wilayah rantau Minang bagian utara. Daerah ini telah menjadi bagian dari Kerajaan Pagalyun sejak abad ke-16. Artinya, salah satu raja dengan gelar Yang Dipertuan Padang Nunan ditempatkan di sana. Selama menjadi pendeta, Rao merupakan salah satu pusat pendidikan Islam di Sumatera Tengah, khususnya pengajaran logika (mantik) dan ilmu Mani. Setelah kekalahan tentara Paderi pada tahun 1838, Rao menjadi jajahan Hindia Belanda dan dimasukkan ke dalam Rumah Padangche Benedenlanden yang berkedudukan di Padang. Namun, pada tahun 1891 pemerintah Hindia Belanda memasukkan Rao ke dalam kawasan pemukiman Padangche Bovenlanden yang berpusat di Bukittinggi.

Pada tahun 1840, Rao merupakan salah satu daerah penghasil kopi di pantai barat Sumatera. Untuk itu, pemerintah kolonial dengan cepat membangun sekolah (1845) dan jalur komunikasi jalan dari Air Banguis ke Rao (1850-an). Sejak Indonesia merdeka, Laos menjadi bagian dari Kabupaten Pasaman yang berpusat di sekitar Lubuk Sikaping. Orang Rao adalah sekelompok orang Minangkabau yang menganut garis matrilineal, hidup bersuku-suku, dan berkepala dingin. Dalam percakapan sehari-hari, orang-orang ini menggunakan dialek Rao Minangkabau. Hal ini mirip dengan Rokan Hulu, Lima Puru Kota, Negeri Sembilan, Batusangkar, dan Kampar.

Rao telah menjadi daya tarik bagi masyarakat Luhak Nantigo sejak emas ditemukan di daerah tersebut. Sejak itu,

orang-orang dari Agam dan 50 kota telah tinggal di sini. Pada pertengahan abad ke-18, banyak orang Rao yang bermigrasi ke Tapanuli Selatan dan menjadi guru dan pedagang. Mereka juga menyusuri sungai Rokan dan Kampar, trekking ke Riau, dan terus ke Malaysia. Di Malaysia, kebanyakan dari mereka tinggal di Negeri Sembilan, Pahang dan Perak. Salah satu kota kecil di Perak, Gopeng adalah rumah bagi banyak imigran Rao. Di Malaysia, Rao dikenal sebagai Orang Rawa (Rao berarti rawa dalam bahasa Minangkabau).

Selain perpindahan masyarakat Rao ke negeri luar, wilayah ini juga banyak dihuni oleh etnis dari Tapanuli. Selama Perang Paderi, banyak saudagar Minang yang membawa orang Batak ke wilayah Laos. Kepindahannya bertujuan tidak hanya untuk memperkuat posisi Padri, tetapi juga untuk menambah tenaga kerja di daerah. Selama masa kolonial Hindia Belanda, banyak orang Mandarin bermigrasi ke Rao. Tujuan mereka adalah untuk mempelajari Islam dan menghindari sekte Zen Kristen yang saat ini marak di Tapanuli Utara. Pada tahun 1952 ada gelombang lain dari Tapanuli yang diasingkan ke Rao.

Namun kali ini perpindahan mereka dikarenakan alasan politis. Pemerintah Sumatera Barat menolak menerima pendatang dari Jawa, lebih memilih menerima orang Mandarin dari Tapanuli Selatan maupun Minang dari kabupaten lain.

1. Jagung

Tanaman jagung, yang dalam bahasa ilmiahnya disebut *Zea mays* L., adalah salah satu jenis tanaman biji-bijian dari keluarga rumput-rumputan (*Graminaceae*) yang sudah populer di seluruh dunia. Menurut sejarahnya, tanaman jagung berasal dari Amerika. Jagung

adalah tanaman yang paling produktif di dunia dan beradaptasi dengan baik untuk tumbuh di iklim panas, dengan kematangan tongkol ditentukan oleh akumulasi panas yang diperoleh tanaman. Distribusi jagung sangat luas karena adaptasinya yang sangat baik terhadap lingkungan yang berbeda. Jagung tumbuh baik di daerah tropis mulai dari dataran rendah sampai lintang 50°LU dan 50°LS sampai dengan 3.000 m dpl, dengan curah hujan sekitar 500 mm per tahun (Dowswell et al. 1996).

Jagung tumbuh paling baik di tanah yang gembur dan dikeringkan dengan baik dengan kelembaban tanah yang cukup dan mati ketika kelembaban tanah kurang dari 40% dari volume lapangan atau ketika batang terendam. 3 sampai 4 bulan di dataran rendah dan 4 sampai 5 bulan di dataran tinggi di atas 1000 m dpl. Umur panen jagung sangat dipengaruhi oleh suhu, dengan setiap kenaikan ketinggian 50 m, umur panen jagung tertunda satu hari (Hyene, 1987). Jagung (*Zea mays*) merupakan salah satu bahan baku strategis dalam perekonomian Indonesia karena merupakan bahan pangan penghasil karbohidrat terpenting kedua setelah beras. Permintaan jagung terus meningkat. Dari sisi perekonomian nasional, jagung tumbuh di Indonesia dan perlu dikembangkan karena kontribusi jagung terhadap produk domestik bruto (PDB) terus meningkat setiap tahun bahkan pada saat krisis ekonomi.

Terjadi perubahan perilaku konsumsi jagung masyarakat Indonesia, dan jagung tidak hanya dikonsumsi secara langsung, tetapi juga digunakan sebagai pakan dan bahan baku industri. Industri pakan merupakan konsumen utama produksi jagung mengingat populasi Indonesia yang terus bertambah, pendapatan yang meningkat dan

kesadaran yang meningkat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Oleh karena itu, jagung merupakan komoditas yang bernilai strategis, seperti halnya beras, Menurut Nuryartono (2010).

Produksi jagung bervariasi menurut wilayah, terutama karena perbedaan kesuburan tanah, ketersediaan air dan kultivar. Variasi dalam lingkungan tumbuh menghasilkan interaksi genotipe dengan lingkungan. Artinya, agroekologi tertentu membutuhkan varietas tertentu untuk mencapai produktivitas yang optimal, Menurut Iriany, et al (2007).

1) Syarat Tumbuh Tanaman Jagung

a) Kondisi iklim

Sebagian besar tanaman jagung lebih menyukai iklim sedang yang lembab daripada iklim subtropis/tropis. Jagung dapat tumbuh dari 0 hingga 50 derajat lintang utara dan 0 hingga 40 derajat lintang selatan.

Pada lahan non irigasi, pertumbuhan tanaman ini membutuhkan curah hujan ideal sekitar 85 sampai 200 mm per bulan, yang harus merata, harus ditanam sebelum c) Jagung membutuhkan sinar matahari untuk tumbuh. Sinar matahari yang baik mencapai 100% (area terbuka). Jagung naungan tumbuh lebih lambat, menghasilkan lebih sedikit biji, dan menghasilkan lebih sedikit buah.

b) Tanah

Jagung tidak membuat tuntutan khusus pada tanah. Untuk pertumbuhan optimal, tanah harus gembur, subur dan kaya humus. Keasaman tanah erat kaitannya dengan ketersediaan hara tanaman. Keasaman tanah yang optimal untuk menanam

jagung adalah antara pH 5,6 dan 7,5. Jagung membutuhkan tanah dengan aerasi dan ketersediaan air yang baik.

c) Pemilihan dan Penyiapan Benih

Benih yang digunakan harus berkualitas baik dari segi genetik, fisik maupun fisiologis. Berasal dari varietas unggul (daya tumbuh besar, tidak tercampur benih/strain lain, bebas kontaminan, tidak terkena hama atau penyakit) Diperoleh saat menggunakan benih. Pada umumnya benih yang dibutuhkan sangat tergantung pada kesehatan benih, kemurnian benih, dan potensi perkecambahan benih. Penggunaan benih jagung hibrida biasanya menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi. Namun, jagung hibrida memiliki beberapa kelemahan dibandingkan dengan kultivar penyerbukan terbuka. Artinya benih lebih mahal, hanya bisa bertahan hingga dua generasi, dan tersedia dalam jumlah terbatas. Varietas jagung yang baik untuk dipilih sebagai benih antara lain Hybrid C 1, Hybrid C 2, Hybrid Pioneer I, Pioneer 2, IPB 4, CPI-1, Karianga, Wiyasa dan Arjuna Buster.

Bibit dapat diperoleh dengan cara tanam sendiri yang dipilih dari beberapa tanaman jagung yang tumbuh sehat. Dari tanaman yang dipilih, kami memilih yang memiliki tongkol besar, lurus, barisan benih bersarang laba-laba, dan bebas dari hama dan penyakit. Tongkol dipetik ketika telah melewati tahap kematangan fisiologis, ditandai dengan pembentukan biji dan sebagian besar daun menguning. Tongkol dikupas dan dikeringkan

sampai benar-benar kering. Setelah biji kering, jika ingin disimpan lama, bungkus tongkolnya dan simpan di tempat yang kering. Gunakan biji di tengah tongkol kering sebagai biji, dan biarkan biji di ujung dan pangkal tidak terpakai. Benih harus memiliki tingkat perkecambahan 90% atau lebih tinggi. Jika kurang, benih harus diganti. Bibit yang dibutuhkan 20-30 kg per hektar.

2) Pengolahan

Pengolahan tanah bertujuan untuk memperbaiki kondisi tanah dan menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi pertumbuhan akar. Pengelolaan tanah meningkatkan drainase dan aerasi yang buruk. Tanah tumbuh lembab, tetapi tidak terlalu basah. Tanah yang sudah gembur hanya bisa ditanam secara normal.

3) Teknik Penanam

a) Menentukan pola tanaman

Pola tanam memiliki implikasi penting dalam sistem produksi tanaman. Pola tanam ini menyiratkan penggunaan dan kombinasi berbagai faktor yang tersedia (agroklimat tanah tanaman, hama dan penyakit, teknologi dan sosial ekonomi). Pola tanam di daerah tropis seperti Indonesia biasanya ditetapkan selama satu tahun untuk memperhitungkan curah hujan (terutama di daerah/negara yang benar-benar bergantung pada hujan. Pemilihan varietas harus disesuaikan dengan air atau curah hujan yang tersedia, dan penanaman campuran biasanya digunakan, di mana banyak tanaman (dengan usia yang sama atau berbeda) ditanam. Contoh: Kultur campuran yang berumur

sama, seperti jagung dan kedelai. Budaya campuran dari kelompok umur yang berbeda seperti jagung, singkong dan padi gogo.

b) Cara penanaman

Tanaman ditanam pada setiap lubang dengan jarak 75 x 25 cm. Bisa juga digunakan dengan jarak tanam 75x50cm, dengan dua tanaman di setiap lubang. Tanaman ini tidak akan tumbuh dengan baik dengan terlalu sedikit atau terlalu banyak air. Bibit jagung ini bisa ditanam saat musim hujan atau menjelang akhir musim hujan. Namun, air yang cukup harus tersedia selama pertumbuhan jagung. Pada saat penanaman, tanah harus lembab dan tidak basah. Jika tanahnya kering, Anda harus menyiramnya terlebih dahulu kecuali Anda mengharapkan hujan lagi satu atau dua hari. Pekerjaan pengeboran dan penanaman untuk penanaman biasanya membutuhkan 4 orang (2 pengeboran, 1 penaburan, dan 1 penyulaman dengan pupuk sederhana). Jumlah benih per lubang tergantung kebutuhan. Jika Anda ingin memasukkan 2 biji dalam 1 lubang, masukkan 3 biji dalam 1 lubang. Jika Anda ingin 1 stok per lubang, 2 butir akan muat dalam 1 lubang.

c) Pemeliharaan

Cara pemeliharaan jagung yaitu dengan cara penjarangan maka dapat ditentukan jumlah tanaman per lubang sesuai dengan yang dikehendaki. Jika tiga tanaman tumbuh dalam satu lubang, tetapi Anda hanya menginginkan dua atau satu, Anda harus mengurangi tanaman. Untuk tanaman yang tumbuh buruk, potong tepat di atas permukaan tanah dengan

pisau atau gunting tajam. Jangan mencabut tanaman secara langsung, karena akan merusak akar tanaman lain. Sulam dimaksudkan untuk menggantikan benih yang tidak tumbuh/mati. Kegiatan ini dilakukan 7-10 hari setelah tanam. Jumlah dan jenis benih, serta perlakuan pada saat penyulaman sama dengan pada saat penanaman. Penyulaman harus dilakukan pada benih yang homogen. Menyulam dalam waktu 2 minggu setelah tanam. Penyiangan perlu dilakukan karena bertujuan untuk menghilangkan tanaman pengganggu (gulma) dari lahan. Penyiangan dilakukan setiap dua minggu sekali. Penyiangan jagung muda biasanya dilakukan dengan tangan atau dengan cangkul kecil, garpu atau sejenisnya. Ini biasanya terjadi setelah tanaman berumur lebih dari 15 hari. Jagung juga perlu diberi pupuk, pemupukan jagung memakai pupuk urea 200-300 kg, pupuk TSP/SP 36 75-100 kg, pupuk KCI 50-100 kg. Pemupukan terjadi dalam tiga tahap. Pada tahap pertama (pupuk dasar), pemupukan dilakukan bersamaan dengan penanaman. Pada tahap kedua (top dressing 1), jagung dipupuk 3-4 minggu setelah tanam. Pada tahap ketiga (top dressing II), pemupukan dilakukan setelah jagung berumur 8 minggu atau setelah muncul bulir.

4) Masa Panen

Panen 86-96 hari setelah tanam. Jagung untuk sayuran (jagung muda, jagung muda) dipanen sebelum benih mekar penuh (diameter tongkol 1 sampai 2 cm), dan jagung dipanen saat produksi susu buruk. Panen jagung jika secara fisiologis kurang baik. Jagung siap panen bila kulitnya kering dan berwarna coklat muda,

serta bijinya mengkilat dan tidak meninggalkan bekas bila ditekan dengan paku (warisno, 1998).

Hasil akhir dari suatu proses produksi adalah produk atau output. Dalam bidang pertanian, produk atau produksi bervariasi karena perbedaan kualitas pengukuran terhadap produksi juga perlu perhatian karena keragaman kualitas tersebut. Nilai produksi dari produk pertanian kadang-kadang tidak mencerminkan nilai produksi/shadow price. Berdasarkan uraian tentang produksi dan input produksi yang mempengaruhinya, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan input produksi yang meliputi luas lahan, benih pupuk, tenaga kerja terhadap produksi jagung serta skala hasil (*return to scale*) yang menggambarkan kegiatan usaha di daerah Rao, Nagari Tarung-tarung Kabupaten Pasaman.

Hasil wawancara ke beberapa petani yang peneliti lakukan di Kecamatan Rao Nagari Tarung-Tarung:

- Peneliti : Apakah ada hama yang menyerang pada tanaman jagung?
- Petani : Ada beberapa hama yaitu ulat tanah, ulat gragak, belalang daun, wereng dan lain-lain.
- Peneliti : Bagaimana cara mengatasi hama tersebut?
- Petani : Salah satu caranya dengan menyemprotkan pestisida.
- Peneliti : Apakah ada penyakit yang menyerang pada tanaman jagung?
- Petani : Ada, diantara lain penyakitnya bulai, bercak daun, penyakit gosong
- Peneliti : Bagaimana cara penanaman jagung yang baik?

- Petani : Dengan cara memilih benih yang bermutu, pengolahan tanah yang baik, membersihkan gulma dalam tanah.
- Peneliti : Bagaimana dengan hasil panen dan harga dari penanaman jagung tersebut?
- Petani : Untuk hasil dari panen jagung dalam 1 hektar rata-rata menghasilkan 7-8 ton dengan harga Rp. 4000/kg.
- Peneliti : Berapa lama jangka waktu yang dibutuhkan untuk memanen tanaman jagung tersebut?
- Petani : Untuk pemanenan jagung dapat dilakukan 2 kali dalam setahun atau sekali dalam 6 bulan.

Jadi dengan dibukanya lahan pertanian jagung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Rao Nagari Tarung-Tarung, yang mana sumber penghasilan masyarakat bukan hanya dari padi saja. Karena, disamping menggarap sawah para petani juga menggarap lahan kering untuk di tanami jagung.

2. Kesejahteraan Petani

Kesejahteraan petani (rakyat) tidak dapat dicapai tanpa pembangunan (agricultural development). Pembangunan adalah proses multifaset yang melibatkan perubahan besar dalam struktur sosial, sikap mental dan kelembagaan nasional, seperti percepatan pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pengurangan pengangguran dan pengentasan kemiskinan absolut, dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan. (Zakaria, 2009). Peningkatan kesejahteraan rakyat (petani) bertujuan untuk mencapai lima tujuan utama. (2) Mengurangi disparitas wilayah dengan mengutamakan

pembangunan pedesaan, (3) Peningkatan kualitas manusia yang tercermin dari kepuasan sosial masyarakat (pendidikan, kesehatan, kehidupan keagamaan), dan (4) Peningkatan kualitas lingkungan (5) peningkatan dukungan infrastruktur (Bappenas, 2008 dalam Zakaria, 2009).

Kesejahteraan sosial menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup, berkembang, dan memenuhi tugas-tugas sosialnya dengan baik. Kesejahteraan tercermin dalam distribusi pendapatan, pendidikan yang terjangkau, kualitas yang lebih baik dan pemerataan kesehatan. Pendapatan yang wajar berkaitan dengan kesempatan kerja, peluang dan kondisi usaha, dan faktor ekonomi lainnya. Kesempatan kerja dan bisnis diperlukan untuk memungkinkan orang memutar roda ekonomi, sehingga meningkatkan tingkat pendapatan.

Perilaku ekonomi rumah tangga petani pada dasarnya adalah perilaku rasional, mengalokasikan sumber daya rumah tangga untuk produksi barang dan jasa, dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Perilaku rasional rumah tangga dalam mengalokasikan sumber daya dapat terangkum dalam keputusan produksi, sedangkan perilaku rasional dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dapat terangkum dalam keputusan konsumsi. (Kusnadi, 2005 dalam Rosmiati, 2012). Jagung sebagai komoditas menempati tempat penting dalam perekonomian nasional karena berbagai keunggulannya. Jagung bermanfaat sebagai pangan, pakan dan bahan bakar (food, feed, fuel). Ini dikonsumsi langsung dalam

bentuk biji muda serta nasi jagung. Sebagai bahan baku industri, jagung diolah menjadi berbagai kegunaan seperti makanan dan pakan ternak, (Tajidan, 2015).

Dalam perkembangan ekonomi saat ini, jagung memegang peranan yang strategis bagi perekonomian nasional. Kontribusi Jagung terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus tumbuh setiap tahun, bahkan selama krisis ekonomi. Kondisi demikian mengindikasikan besarnya peranan jagung dalam memacu pertumbuhan subsektor tanaman pangan dan perekonomian nasional secara umum (Zubachtirodin, Pabbage, dan Subandi, 2007). Jagung merupakan makanan pokok terpenting kedua setelah beras, dan berfungsi sebagai penyangga ketahanan pangan bangsa. Membaiknya perekonomian nasional ditandai dengan peningkatan pendapatan per kapita, dan pangsa jagung sebagai bahan pangan bergeser menjadi bahan baku utama industri pakan ternak. Komponen utama (54 s.d 60%) dalam rangsum pakan ternak adalah jagung (Sinjal, 2009). Sebagian besar (55%) produksi jagung nasional digunakan sebagai pakan, sisanya 30% untuk konsumsi pangan dan 15% untuk kebutuhan industri lain dan benih (Hadijah, 2009; Suharjito, 2011).

Jagung sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia bahkan di Indonesia. Jagung merupakan tanaman pangan terpenting kedua setelah padi. Bahkan saat ini, ada beberapa daerah kecil di mana jagung digunakan sebagai makanan pokok sehari-hari (Budiman, Haryanto., 2013). Tingkat kebutuhan jagung nasional yang diperkirakan mencapai 22 juta ton, ternyata memberikan untung yang cukup besar bagi para petani di Indonesia. Tidaklah heran bila kondisi tersebut menjadikan peluang usaha budidaya

jagung masih tetap untung, dan sekarang ini menjadi salah satu mata pencaharian utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia (Budiman, Haryanto., 2013).

Peningkatan permintaan jagung oleh industri pakan, pangan dan industri turunan berbasis jagung (*integrated corn industry*) menyebabkan permintaan jagung di dalam negeri terus meningkat (Hadijah, 2009; Nurhasanah, 2012). Laju peningkatan permintaan jagung lebih besar bila dibandingkan dengan laju pertumbuhan produksi jagung dalam negeri, akibatnya harga jagung domestik terus meningkat dari tahun ke tahun (Ferrianta, 2011). Produksi jagung dalam negeri belum memenuhi permintaan, dan masih dibutuhkan. Produksi jagung dalam negeri diperkirakan tumbuh 4,63% per tahun. Posisi komoditas jagung menjadi semakin kompleks dan strategis, karena jagung kini tidak hanya menjadi penyangga ketahanan pangan, tetapi juga pengganti impor yang menghemat devisa negara. (Tajidan, 2015).

KESIMPULAN

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menambah nilai suatu barang atau menciptakan sesuatu yang baru. Sehingga lebih bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam ekonomi pertanian, produksi adalah jumlah produk pertanian yang diproduksi selama periode waktu tertentu. Satuan yang umum digunakan adalah ton/tahun atau kilo/tahun, tergantung potensi hasil masing-masing jenis komoditas. Produksi pertanian adalah jumlah hasil yang diperoleh dari suatu lahan selama periode waktu tertentu, biasanya diukur dalam ton atau kilogram, dan menunjukkan potensi produk pertanian. Salah satu produk pertanian yang memiliki nilai tambah dan potensi pengembangan adalah jagung. Rao

adalah sebuah daerah Kecamatan yang berada di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat, Indonesia. Kecamatan Rao di Kabupaten Pasaman ini terdiri dari dua Nagari dan 18 Jorong. Peningkatan kesejahteraan rakyat (petani) bertujuan untuk mencapai lima tujuan utama. (2) Mengurangi disparitas wilayah dengan mengutamakan pembangunan pedesaan, (3) Peningkatan kualitas manusia yang tercermin dari kepuasan sosial masyarakat (pendidikan, kesehatan, kehidupan keagamaan), dan (4) Peningkatan kualitas lingkungan (5) peningkatan dukungan infrastruktur

DAFTAR PUSTAKA

- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (1998).
 Budidaya Kedelai dan Jagung. Palangkaraya. Departemen Pertanian. Capricorn Indo Consult.
- Daryanto, Arief. (2009). Posisi Daya Saing Pertanian Indonesia dan Upaya-Upaya Peningkatannya. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Departemen Pertanian: Bogor.
- Elizabeth E. Graves, *The Minangkabau Response to Dutch Colonial Rule Nineteenth Century*, 1981
- Ferrianta, Y., 2011. Dampak Liberalisasi Perdagangan ASEAN — China Free Trade Area (ACFTA) Terhadap Kinerja Ekonomi Jagung di Indonesia. Program Pascasarjana Fakultas Pertanian UB. Malang.
- Gusti Asnan, *Memikir Ulang Regionalisme: Sumatra Barat tahun 1950-an*, Yayasan Obor Indonesia, 2007
- Hadijah, A.D., 2009. Identifikasi Kinerja Usahatani dan Pemasaran Jagung di NTB. Proseding Seminar Nasional Sereal. ISBN, 978-979- 8940-27-9.
- Hyene, K. 1987. Tumbuhan Berguna Indonesia-I. Balai

- Penelitian dan Pengembangan Kehutanan, Departemen Kehutanan Bogor.
- Iriany, R. N., M. Yasin H.G., dan Andi Takdir M. 2007. Asal, Sejarah, Evolusi, dan Taksonomi Tanaman Jagung. Jagung Teknik Produksi dan Pengembangan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, Departemen Pertanian. Jakarta.
- Mahmud Yunus, *Sedjarah Pendidikan Islam di Indonesia*, 1960
- Mantra, Ida Bagus. (2008). Autobiografi Seseorang Budayawan. Penyunting I.B. Wiana. Denpasar: Upada Sastra.
- Nguyen, A.T., Janet, D. & Andrew,N, (2015). Does Contract Faring Improve Productivity And Income of Farmers? A Review of Theory and Evidence. *The Journal of Developing Areas*. 49(6), 531-538.
- Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Sutoro, Yogo Sulaeman, Iskandar. (1988).
- Pramana, I Gede Ary Candra., I Gusti Wayan Murjana Yasa., dan Ni Luh Karmini. (2017). Pengaruh Faktor Ekonomi, Sosial Dan Demografi Terhadap Pendidikan Anak Nelayan Di Kabupaten Badung. *PIRAMIDA*. 13(1)
- Rosmiati, Mia 2012. Pengaruh Kredit terhadap Perilaku Ekonomi Rumah Tangga Petani Padi Sawah : Aplikasi Model Ekonomi Rumah Tangga Usaha Tani. *Jurnal Manajemen Teknologi* Volume 11 Number 2.2012.
- Surtinah, Surtinah, Neng Susi, and Sri Utami Lestari. "Optimasi Lahan dengan Sistem Tumpangsari Jagung Manis (*Zea mays saccharata*, Strurt) dan Kangkung Sutera (*Ipomea reptans*) di Pekanbaru." *Jurnal Ilmiah Pertanian* 12.2 (2016).
- Surtinah, Surtinah. "POTENSI HASIL JAGUNG MANIS

- (*Zea mays saccharata*, Sturt) DENGAN PEMBERIAN PAKET TEKNOLOGI PUPUK DAN ZAT PENGATUR TUMBUH." *Jurnal BiBieT* 2.1 (2017).
- Tajidan, 2015., Sejauhmana keterkaitan manajemen rantai pasok dan integrasi proses bisnis dengan peningkatan kesejahteraan petani jagung di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hasil penelitian. <http://fp.unram.ac.id/author/tajidan/>.
- Teknologi Benih Jagung. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan. Bogor. Badan
- Tsuyoshi Kato, *Adat Minangkabau dan Merantau dalam Perspektif Sejarah*, Balai Pustaka
- Warisno (1998). *Budidaya Jagung Hibrida*. Yogyakarta. Kanisius.
- Winters, Paul., Alain De Janvry., Elisabeth Sadoulet & Kostas Stamoulis. (1998). The Role Of Agriculture In Economic Development: Visible And Invisible Surplus Transfers. *The Journal of Development Studies*. 34(5).
- Yusuf, Arif Anshory and Andy Sumner. (2015). Growt, Poverty and Inequality Under Jokowi. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 51(3).
- Zabidin Haji Ismail; Biografi Tokoh Rao, Sumbangan dan Jasa terhadap Pembangunan Malaysia; Persatuan Karyawan Perak, 2012
- Zakaria, Wan Abbas, 2009. Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Kunci Kesejahteraan Petani. *Jurnal MP_Proc_C3*. FakultasPertanian Universitas Lampung.
- Zubachtirodin, M.S. Pabbage, dan Subandi. 2007. Wilayah Produksi dan Potensi Pengembangan Jagung. Jagung: Teknik Produksi dan Pengembangan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, Departemen Pertanian. Jakarta.

STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KELAPA SAWIT

Hilma Safitri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis

Syariah

Email: hilmasafitri2312@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pertanian kelapa sawit merupakan usaha agribisnis yang cukup menjanjikan perekonomian petani dan menciptakan nilai tambah bagi Negara. Kelapa sawit merupakan komoditas utama dalam prioritas pengembangan usaha pertanian di Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto Besar Kabupaten Dharmasraya. Strategi utama pengembangan agribisnis kelapa sawit dengan cara memperluas lahan agribisnis karena masih banyak lahan yang kosong demi meningkatkan produksi dan mengambil peluang pasar. Pengembangan kelapa sawit ini akan banyak dibudidayakan di daerah tertentu, khususnya di Kenagarian Koto Tinggi, yang mana memberikan keunggulan kompetitif bagi petani karena kondisi alami yang dimiliki oleh lokasi tempat berkembangnya kelapa sawit dapat membantu komoditas akan tumbuh maksimal dengan ciri khas tanah, iklim dan suhu tempat pengembangan kelapa sawit tersebut. Kegiatan pertanian kelapa sawit ini merupakan usaha yang menjanjikan karena potensi kelapa sawit di Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto Besar Kabupaten Dharmasraya bisa menghasilkan kelapa sawit rata-rata 2-3 ton dalam 1 hektar lahan. Dan baru-baru ini di Kenagarian Koto tinggi, panen kelapa sawit sekitar 2 ton di lahan 1 hektar dengan anggota sebanyak 3 orang per hektar, hasil binaan Koperasi Unit Desa Lubuk Karya ini menuai hasil tanamnya kurun waktu 1 bulan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Kelapa Sawit, Agribisnis

PENDAHULUAN

Indonesia salah satu negara agraris dimana mempunyai kekayaan alam yang melimpah, ini merupakan subsektor usaha perkebunan yang sedang berkembang di Indonesia dan

berkaitan langsung dengan aspek pemberdayaan petani. Dalam hal pemberdayaan ekonomi petani, subsektor kelapa swit memegang peranan penting sebagai komoditas perdagangan utama bagi negara, sumber ekonomi lokal dan sumber pendapatan masyarakat. Cara yang paling efisien untuk memperkuat ekonomi petani adalah dengan mengembangkan strategi agribisnis.(Hermanto, Wahyuni, 2021). Kelapa sawit merupakan salah satu usaha perkebunan yang memiliki kiprah penting bagi subsektor perkebunan di Indonesia, khususnya Sumatera Barat. Kelapa sawit adalah cara lain bagi rakyat menentukan pekerjaan yang sesuai dasar kemampuan masyarakat.

Pengembangan kelapa sawit ini memberikan manfaat dalam menaikkan pendapatan para petani serta masyarakat (petani kelapa sawit bisa memiliki pendapatan kurang lebih Rp. 2 juta – Rp. 6 juta/bulan/kapling) produksi yang sebagai bahan baku industri pengolahan yang membentuk nilai tambah pada dalam negeri (produksi tahun 1998 sebesar 5,6 juta ton semakin tinggi menjadi lebih kurang 10,7 juta ton per tahun 2003); ekspor CPO yg menghasilkan devisa (volume ekspor tahun1998 sebanyak 1,6 juta ton senilai US\$ 800 ribu dollar semakin tinggi menjadi lima,7 juta ton senilai US\$ dua,1 juta dollar di tahun 2003) serta menyediakan kesempatan kerja bagi lebih berasal 2 juta energi kerja di berbagai sektor perkebunan terutama kelapa sawit.(Triyono, dkk, 2015).

Kegiatan agribisnis ini sendiri sudah lama berkembang di Indonesia, namun karena fokusnya hanya pada kegiatan produksi, maka banyak orang yang mengenal dengan istilah bercocok tanam atau pertanian. Dengan berkembangnya pertanian kearah pertanian komersial, maka kata agribisnis semakin populer dalam masyarakat (Mawardati,2017).

Sistem agribisnis adalah suatu tatanan yang didukung oleh seperangkat subsistem yang saling terkait diantaranya adalah subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, teknologi, dan pengembangan sumber daya pertanian, subsistem produksi dan usaha tani, subsistem pengolahan hasil-hasil atau agribisnis dan subsistem pemasaran hasil-hasil pertanian (Abdul, 1998).

Strategi pengembangan kelapa sawit sangat ditentukan oleh adanya kebijakan ekonomi yang memihak kepada petani, agar mendorong terwujudnya kesejahteraan petani. Pengembangan kelapa sawit diyakini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan petani, tetapi dapat meningkatkan devisa negara. Komoditi kelapa sawit berbeda dengan perkebunan komoditi lainnya, karena memerlukan pabrik yang jarak dekat dengan petani, agar buah yang dihasilkan petani dapat segera dikirim ke pabrik (dalam waktu ± 24 jam) agar kualitas minyak tidak mengandung asam lemak yang tinggi (Bayu, 2017).

Kabupaten Dharma Raya ini terkhusus kenagarian Koto Tinggi merupakan daerah agraris dan memiliki potensi pengembangan di sektor pertanian yaitu usaha tani kelapa sawit, karena sebagian besar masyarakat di kenagarian ini bekerja sebagai petani kelapa sawit. Oleh karena itu, strategi pengembangan agribisnis ini menentukan keberhasilan pembangunan pertanian karena diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan sosial ekonomi petani dan aksesibilitas petani ke pasar. Petani sebagai pelaku utama dalam pembangunan agribisnis ini harus mampu menyelaraskan tatanan yang didukung oleh seperangkat subsistem yang saling terkait (Tedjaningsih, dkk, 2018).

Pengembangan perkebunan kelapa sawit merupakan salah satu tujuan pemerintah, karena disamping untuk

menghasilkan devisa negara juga untuk memperluas lapangan pekerjaan serta meningkatkan kesejahteraan petani. Agar memperoleh pendapatan dan tingkat keuntungan yang tinggi pada petani kelapa sawit maka perlu diperhatikan bagaimana meningkatkan produksi, kualitas buah yang tinggi. Oleh karena itu diperlukan pengadaan modal bagi petani untuk membuka lahan dan pembelian bibit kelapa sawit yang bermutu tinggi agar hasilnya bagus dan pertumbuhannya sempurna.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk menulis suatu penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa Sawit Di Nagari Koto Tinggi Kecamatan Koto Besar Kabupaten Dharmasraya” dengan tujuan guna mengetahui strategi pengembangan agribisnis kelapa sawit tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini strategi pengembangan agribisnis kelapa sawit merupakan salah satu pendapatan atau penghasilan yang dilakukan oleh masyarakat sebagai petani. Penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan untuk menemukan suatu kebenaran bahwa strategi pengembangan agribisnis kelapa sawit sebagai penghasilan masyarakat dan mengenai strategi pengembangan serta faktor internal dan eksternal yang akan dialami para petani selama mengembangkan agribisnis yang mereka jalani. Lokasi penelitian ini dilakukan di kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto Besar, Kabupaten Dharmasraya. Untuk memperoleh data terkait dengan strategi pengembangan agribisnis kelapa sawit telah dilakukan wawancara dengan

ketua pembina KUD yang mengelola perkebunan kelapa sawit dan beberapa karyawan serta para petani.

PEMBAHASAN

1. Sejarah Dharmasraya dan Kelapa Sawit

a. Sejarah Dharmasraya

Kabupaten Dharmasraya adalah kabupaten hasil pemekaran Kabupaten Sawahlunto/Sijunjung yang diresmikan tanggal 7 Januari 2004 oleh Presiden RI secara simbolik di istana negara. Dibentuk berdasarkan UU No 38 tahun 2003 tentang pembentukan Kabupaten Dharmasraya, Kabupaten Solok Selatan dan Kabupaten Pasaman Barat di Provinsi Sumatera Barat. Kabupaten Dharmasraya memiliki 11 kecamatan dengan luas wilayah 2.961 Km² dengan jumlah penduduk berkisar 247.579 jiwa.

Kecamatan Koto Besar merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Dharmasraya yang memiliki luas wilayah 560,58 Km² dengan kepadatan penduduk berkisar 26.136 jiwa, kecamatan Koto Besar memiliki 7 Nagari salah satunya yaitu nagati Koto Tinggi yang berpenduduk berkisar 3.072 jiwa dengan luas wilayah 24,8 km²(BPS Kecamatan Koto Besar, 2020).

Kabupaten Dharmasraya berkembang menjadi salah satu daerah penghasil kelapa sawit atau buah pasir menurut istilah setempat. Selain itu, kabupaten ini juga merupakan penghasil berbagai jenis tanaman keras seperti, kulit manis, karet, kelapa, gambir, kopi, cokelat, cengkeh, dan pinang. Lahan perkebunan disini didominasi oleh karet dan kelapa sawit. Menurut Badan Pusat Stastistik pendapatan terbesar untuk kelapa sawit

ada di Kabupaten Dharmasraya yang terletak di Kecamatan Sungai Rumbai (BPS Kabupaten Dharmasraya, 2020). Kabupaten Dharmasraya merupakan salah satu sentra produksi kelapa sawit di Provinsi Sumatera Barat, untuk itu perlu dikembangkan sistem agribisnis kelapa sawit di Kabupaten Dharmasraya, khususnya di Nagari Koto Tinggi

b. Sejarah Kelapa Sawit

Tumbuhan kelapa sawit (*Elaeis guineensis* jacq) berasal dari Benua Afrika, kelapa sawit tak jarang dijumpai pada hutan tropis Negara Kamerun, Pantai Gading, Ghana, Liberia, Nigeria, Sierra, Leona, Togo, Angola, dan Kongo. Penduduk setempat memakai kelapa sawit diolah menjadi bahan kecantikan, selain itu buah kelapa sawit pula diolah sebagai minyak nabati (Lubis, Widanarko, 2011). Kelapa sawit tergolong tumbuhan plasma, sawit menjadi populer setelah revolusi industri pada akhir abad ke-19 yang menyebabkan permintaan minyak nabati untuk bahan pangan dan industri sabun menjadi tinggi.

Kelapa sawit datang di Indonesia dikenalkan oleh pemerintah Belanda pada tahun 1848, pada waktu itu tanaman kelapa sawit masuk ke Indonesia dan daerah-daerah di Asia sebagai tanaman hias. Kelapa sawit di Indonesia diintroduksi pertama kali oleh Kebun Raya pada tahun 1884 dari Mauritius (Afrika). Saat itu baru ada 4 tanaman yang ditanam di Kebun Raya Bogor yaitu (*Botanical Garden*) Bogor, dahulu bernama Buitenzorg, dua berasal dari Bourbon (Mauritius) dan dua lainnya dari Hortus Botanicus, Amsterdam(Lubis, Widanarko,2015). Kelapa sawit di Indonesia baru diusahakan sebagai tanaman komersial pada tahun 1921

dan ekspor minyak sawit pertama dilakukan pada tahun 1919. Perkebunan kelapa sawit pertama didirikan di Tanahitam, Hulu Sumatera Utara oleh Schadt seorang berdarah Jerman pada tahun 1911.

Kelapa sawit sebagai sumber penghasil minyak nabati berperan penting bagi perekonomian negara. Penanaman kelapa sawit ini umumnya dilakukan di negara dengan beriklim tropis yang memiliki curah hujan tinggi (minumum 1.600 mm/tahun). Perkembangan industri kelapa sawit di negara beriklim tropis telah didorong oleh potensi produktivitas yang sangat tinggi. Karena, kelapa sawit menghasilkan penghasian tertinggi minyak per satuan luas dibandingkan dengan tanaman lainnya.

Pada mulanya, pelaku usaha kelapa sawit terbatas pada perusahaan asing berskala besar dan terintegrasi antara budidaya, pengolahan Pabrik Kelapa Sawit (PKS), dan pemasaran hasilnya. Hal ini berlangsung hingga periode awal Republik sekitar tahun 1958, beberapa perusahaan Belanda dinasionalisasikan dan diambil alih oleh sebagai Perusahaan Perkebunan Negara. Rakyat sebagai pelaku usaha perkebunan kelapa sawit baru didirikan sekitar tahun 1980 dengan dikembangkan program PIR (Perkebunan Inti Rakyat) dalam rangka program akselerasi pembangunan perkebunan. Perkembangan kelapa sawit rakyat ini dapat dikatakan fenomenal, karena berawal pada tahun 1980 dalam sepuluh tahun pertama mencapai sekita 300 ribu Ha, sepuluh tahun berikutnya mencapai sejuta hektar lebih, dan sekarang telah mencapai lebih dari 1,8 juta Ha. Dari luas areal kelapa sawit rakyat ini, disamping perkebunan plasma, sebagian besar adalah

perkebunan swadaya yang berinvestasi menggunakan dana sendiri atau pinjaman, termotivasi oleh pengalaman sukses petani lain serta prospek bisnis yang menjanjikan.

Di Sumatera Barat yang paling luas ditanam saat ini dan komoditi perkebunan yang memiliki luas tanam besar salah satunya adalah tanaman kelapa sawit. Kelapa sawit banyak ditanam oleh rakyat karena sudah terbukti dapat mensejahterakan kehidupan petani. Pada tahun 2020 luas perkebunan kelapa sawit rakyat adalah 219 663,00 Ha dan produksi kelapa sawit 567 930,00 ton (Sumatera Barat Dalam Angka, 2020). Sedangkan di Kabupaten Dharmasraya produksi tanaman kelapa sawit selalu mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Menurut Dinas Kehutanan dan Perkebunan kabupaten Dharmasraya dengan jumlah total produksi tanaman kelapa sawit pada tahun 2020 adalah 77 280,00 ton (Dharmasraya Dalam Angka, 2020).

Di kenagarian Koto Tinggi perkebunan kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang propektif dan berpeluang cukup terbuka pada semua sub system usaha agribisnis. KUD lubuk Karya merupakan lembaga yang satu-satunya pengelola unit usaha perkebunan kelapa sawit sejak tahun 1993 sampai sekarang ini. sehingga total luas kebun kelapa sawit milik anggota yang dikelola KUD lubuk karya $\pm$ 2.500 Ha terdiri dari kebun yang di bangun secara swadaya anggota dan kebun yang dibangun dari dana KKPA tahun 1993 sebanyak 755 kavling.

2. Budidaya Kelapa Sawit

Pusat penelitian dan pengembangan perkebunan menjelaskan bahwa tahap budidaya kelapa sawit antara lain (Syakir, 2010):

a. Perencanaan Tanam

Perencanaan tanam terhadap budidaya kelapa sawit terdiri dari beberapa proses yaitu:

1) Pemilihan lokasi tanam

Pemilihan terhadap lokasi tanam yaitu dengan melihat tingkat produksi yang akan dicapai suatu kebun kelapa sawit dengan demikian hasil interaksi antara faktor potensi genetik varietas tanaman, lingkungan tempat tumbuhnya, dan pengelolaan dalam budidayanya. Produksi tinggi akan dicapai jika digunakan varietas sawit unggul dan ditanam di lokasi yang sesuai dengan menerapkan pengelolaan yang baik. Iklim dan karakteristik tanah/lahan adalah faktor lingkungan penting yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi untuk usaha kelapa sawit.

2) Iklim

Dalam praktek, ada 3 unsur iklim yang perlu diperhatikan yaitu, curah hujan, suhu dan intensitas cahaya. Menurut iklim ini faktor curah hujan yang ideal berkisar 2.000-3.500 mm/thn yang merata sepanjang tahun dengan minimal 100 mm/bulan, karena tanaman kelapa sawit praktis berproduksi sepanjang tahun sehingga membutuhkan suplai air relatif sepanjang tahun pula. Dengan suhu rata-rata tahunan untuk pertumbuhan dan produksi sawit berkisar antara 24-29 °C, dengan produksi terbaik antara 25-27°C. Sedangkan intensitas cahaya

matahari menentukan laju fotosintesa pada daun yang pada akhirnya menentukan tingkat produksi. Tanaman kelapa sawit memerlukan lama penyinaran antara 5 dan 12 jam/hari

3) Lahan

Ada beberapa faktor lahan penting yang perlu menjadi perhatian yaitu topografi, drainase lahan dan kesuruban tanah. Faktor topografi berkaitan dengan derajat kemiringan lereng dan panjang lereng yang berpengaruh terhadap erosi tanah, biaya pembangunan infrastruktur serta biaya mobilisasi dan panen. Pada lahan yang curam, populasi tanaman per hektar lebih sedikit. Kemiringan optimal kurang dari 23% (12^0) dan tidak disarankan lebih dari 38% (20^0). Pemasalahan drainase lahan umumnya dijumpai di lahan dataran rendah yang tergenang secara periodeik karena limpasan air hujan, pengaruh air pasang atau perkolasi tanah terhambat. Meskipun tanaman kelapa sawit membutuhkan air, tetapi tidak dapat tumbuh dan berproduksi dengan intensitas air yang terlalu banyak. Sifat fisik tanah seperti tekstur, struktur, kedalaman efektif tanah, tinggi muka air tanah, ketebalan gambut dan permeabilitas tanah. Faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap perkembangan perakaran tanaman untuk menunjang suplai air dan hara serta mendukung tegaknya tanaman. Sedangkan faktor kesuburan mencakup beberapa sifat kimia tanah yaitu kemasaman tanah sekitar 5,0-6,0 pH, kapasitas tukar kation (KTK), kejenuhan basa, ketersediaan unsur hara makro dan mikro, kadar bahan organik dan tingkat salinitas (kadar garam).

Sifat kimia inilah menjadi acuan awal menetapkan masa pemupukan.

b. Penyiapan lahan

1) Pembukaan lahan

Pembukaan lahan perkebunan kelapa sawit merupakan kegiatan atau pekerjaan membersihkan lahan dari vegetasi lainnya, baik berupa pepohonan, belukar, maupun rerumputan agar siap diolah untuk persiapan penanaman kelapa sawit.

2) Merancang tata letak kebun

Penataan kebun mencakup beberapa aspek yaitu jalan drainase dan pencegahan erosi untuk lahan berlereng relatif curam. Untuk memudahkan mobilitas manusia termasuk tenaga kerja untuk mengangkut sarana produksi dan hasil panen membutuhkan pembangunan jalan akan tetapi dalam membangun jalan tetap memperhatikan asas efisiensi biaya pembangunan dan pemeliharaannya. Untuk lahan perkebunan rakyat dengan luasan kecil (< 2 Ha), tahapan penataan kebun hanya berupa pembangunan drainase, khususnya di lahan pasang surut

3) Jarak tanam dan pengajiran

Jarak tanam yang digunakan menentukan jumlah tanaman setiap satuan luas (Ha). Jarak tanam dipengaruhi oleh jenis tanah dan kesuburannya, kemiringan lereng, dan varietas tanaman. Jarak tanam ditanah kurang subur lebih rapat dibandingkan tanah subur, begitu juga jarak tanam di lahan gambut lebih rapat dibandingkan ditanah mineral. Jarak tanam baku yang optimal adalah 9×9 m pada topografi datar. Setelah lahan dibersihkan,

maka dilanjutkan dengan pengajiran untuk menentukan titik penggalian lobang tanaman sesuai dengan jarak tanam yang direncanakan. Digunakan jarak tanam 9 m dalam sistem segitiga sama sisi, sehingga jarak tanam antar barisan menjadi 7,8 m.

4) Penggalian lobang tanam

Penggalian lobang tanam dilakukan secara manua atau mekanis, namun petani saat ini sering menggunakan cara manual. Lubang tanam disiapkan 2-4 minggu sebelum tanam, sebaiknya paling lambat 4 minggu. Ukuran lobag berkisar antara 60 dan 90 cm dengan kedalaman 60 cm, tergantung kondisi tanah. Jika tanah subur, cukup 60 x 60 x 60 cm, tetapi kalau tanahnya lebih padat atau berliat dan kurang subur, sebaiknya ukuran lobang lebih besar.

c. Pembibitan

Biasanya bahan tanaman yang dibeli berupa kecambah untuk dibibitkan, jika bibit siap tanam untuk transportasinya mahal dan kemungkinan banyak bibit yang rusak dalam perjalanan. Untuk pembibitan maka melalui prosesnya yaitu sebagai berikut:

1) Pemilihan lokasi dan persiapan areal

Secara umum, persyaratan yang sebaiknya dipenuhi untuk lokasi pembibitan harus berdekatan dengan lahan, dekat dengan sumber air dan tanah sebagai pengisi kantong plastik, dengan kemiringan < 15 derajat dan drainase baik.

Luas areal pembibitan tergantung pada rencana luas areal dan tahapan penanaman. Sebagai pedoman, kebutuhan benih sekitar 30-40% di atas rencana termasuk kebutuhan untuk sulaman.

Biasanya digunakan rata-rata 200 butir benih per hektar.

2) Sistem pembibitan

Ada dua sistem pembibitan kecambah kelapa sawit, yaitu (1) sistem dua tahap dan (2) sistem satu tahap. Pembibitan dua tahap terdiri atas pembibitan pendahuluan (*pre-nursey*) dalam kantong plastik kecil hingga bibit berumur 3-4 bulan baru dilanjutkan dengan pembibitan utama (*main-nursey*) menggunakan kantong plastik besar hingga bibit berumur 10-14 bulan. sedangkan pembibitan satu tahap, kecambah langsung ditanam dalam kantong plastik besar hingga umur siap dipindahkan ke lapangan.

d. Penanaman

1) Persiapan penanaman

- a) Pastikan lobang tanam sudah selesai dibuat satu bulan sebelum jadwal penanaman.
- b) Satu bulan sebelum jadwal penanaman, kantong plastik bibit yang sudah siap ditanam diangkat sedikit lalu diputar setengah lingkaran (180^0) dan diulangi dua minggu kemudian hingga penuh satu putaran untuk memutus perakaran bibit yang sudah menembus tanah.
- c) Siapkan produk dasar berupa SP-36 sebanyak 100-150 g atau Fosfat alam 200-300 g kedalam kantong plastik sebanyak bibit yang akan ditanam di lapangan.
- d) Pastikan bibit telah disiram dengan baik hingga seluruh tanah dalam kantong plastik basah sebelum diangkut ke kebun. Bibit yang

lebih tinggi dari 1,5 m dipangkas sampai 1,2 m.

2) Pengangkutan bibit

Pengangkutan bibit ke kebun harus disesuaikan dengan kemampuan tenaga penanaman di lapangan. Pengangkutan bibit dilakukan sehari sebelum ditanam yang dilanjutkan pada hari penanaman dan diusahakan habis ditanam pada hari bersangkutan. Untuk mencegah benih tercampur, maka pengangkutan bibit harus dilakukan dengan berkelompok sesuai dengan kelompoknya di pembibitan yang mengacu pada nomor label kemasan pada saat kecambah diterima. Agar lebih mudah mengendalikan, tenaga kerja yang memuat ke truk di pembibitan harus berbeda dengan tenaga yang menurunkan di kebun dan terpisah dengan tenaga mengecer bibit ke setiap lobang tanam.

3) Penanaman

Menurut bapak Andre yang telah diwawancara pada tanggal 20 agustus 2022 menjelaskan bahwa, usahakan penanaman dilakukan pada awal musim hujan agar tanaman yang baru dipindahkan mendapat air yang cukup untuk mendorong pertumbuhan akar. Jika terpaksa melakukan penanaman di musim kering atau setelah penanaman disusul musim kering yang panjang, sebaiknya disiram setiap 3 hari sekali sebanyak 3-5 liter/pohon.

Untuk merangsang akar maka tanah yang ada dilapisan bawah dicampur dengan pupuk dasar seperti fosfat alam. Sebelum bibit diletakkan,

timbun lobang tanam dengan tanah lapisan bawah hingga kedalaman lobang yang tersisa memungkinkan pangkal batang bibit sawit rata dengan permukaan tanah.

4) **Konsolidasi**

Konsolidasi adalah tindakan pemeriksaan tanaman secara berkala, khususnya dalam masa awal pertumbuhan tanaman. Untuk tanaman yang miring karena penutupan tanah saat penanaman tidak padat atau menjadi lembek setelah hujan maka diperbaiki dengan cara menegakkan kembali dan ikat pada tiang penyangga.

5) **Penyulaman**

Penyulaman adalah tindakan mengganti tanaman abnormal atau mati karena berbagai sebab, usahakan agar bibit pengganti satu umur dengan tanaman yang akan diganti. Tindakan penyulaman ini harus dilakukan sedini mungkin dan sejauh mungkin tidak melebihi umur tanaman satu tahun di lapangan.

e. Pemeliharaan tanaman

1) **Penyiangan**

Pengendalian gulma dalam tanaman sawit mencakup areal sekitar piringan dan gawangan (antar barisan tanaman). Tujuan pengendalian gulma di daerah piringan adalah untuk mengurangi persaingan unsur hara, memudahkan pengawasan pemupukan, memudahkan pengumpulan brondolan dan menekan populasi hama tertentu. Sedangkan pengendalian gulma di gawangan dimaksudkan untuk menekan persaingan unsur

hara dan air, memudahkan pengawasan, dan jalan untuk pengangkutan saprodi dan panen.

2) Pemupukan

Pada waktu pemupukan dilakukan pada saat hujan kecil, namun > 60 mm/bulan. pemupukan ditunda jika curah hujan kurang dari 60 mm/bulan. Pupuk Dolomit dan Rock Phosphate diusahakan diaplikasikan lebih dahulu untuk memperbaiki kemasaman tanah dan merangsang perakaran dan diikuti dengan MOP (KCI) dan Urea/ZA. Jarak waktu penaburan minimal 2 minggu dan seluruh pupuk diaplikasikan dalam waktu 2 bulan. Dengan jenis dan takaran pupuk tanaman belum menghasilkan yaitu, dosis pupuk ditentukan berdasarkan umur tanaman, jenis tanah, kondisi penutup tanah, kondisi visual tanaman, pada saat pemupukan ditentukan berdasarkan jadwal, umur tanaman. Ketika berumur satu bulan, ZA ditebarkan dari pangkal batang hingga 30-40 cm. setelah itu ZA, Rock Phosphate, MOP dan Kieserit ditaburkan merata hingga batas lebar tajuk. Sementara Boron ditebarkan di ketiak pelepah daun. Rock Phosphate tidak boleh dicampur dengan ZA, Rock Phosphate dianjurkan diberikan lebih dulu dibandingkan dengan pupuk lain jika curah hujan > 60 mm. Jarak waktu pemberian Rock Phosphate dengan ZA minimal 2 minggu. Pemupukan tanaman menghasilkan (TM): Sasaran pemupukan 4 T (Tepat jenis, dosis, waktu dan metode). Dosis pupuk ditentukan berdasarkan umur tanaman, hasil analisa daun, jenis tanah,

produksi tanaman, hasil percobaan dan kondisi visual tanaman.

3) Pemangkasan daun

Pemangkasan daun merupakan proses pembuangan daun kelapa sawit yang sudah tua atau tidak produktif pada tanaman yang bertujuan untuk memperbaiki sirkulasi udara sekitar tanaman sehingga dapat membantu proses penyerbukan secara alami dan mengurangi penghalang pembesaran buah dan kehilangan brondolan buah terjepit pada pelepah sawit. Pemangkasan dilakukan 6 bulan sekali untuk tanaman belum menghasilkan dan 8 bulan sekali untuk tanaman menghasilkan.

4) Kastrasi

Kastrasi merupakan pemotongan secara menyeluruh bunga jantan maupun bunga betina sebelum areal tersebut dipolinasi, kastrasi dilakukan sejak tanaman mengeluarkan bunga pertama (umur 12 bulan setelah tanam) sampai tanaman berumur 33 bulan atau selambat-lambatnya 6 bulan sebelum panen pertama. Kastrasi ini bertujuan untuk merangsang pertumbuhan vegetatif dan menghilangkan sumber infeksi hama dan penyakit. Kastrasi dilakukan 1 bulan sekali atau sebanyak 10-12 kali selama masa TBM (tanaman belum menghasilkan).

f. Masa Panen

Persiapan panen adalah kegiatan yang wajib diperhatikan sebelum melakukan pemanenan TBS. persiapan panen yang dilakukan secara tepat, dapat menunjang keberhasilan panen. Kegiatan persiapan

panen yang dilakukan berupa penetapan kadveld panen, perhitungan kerapatan buah matang, penyediaan tenaga jerja pemanen, penyiapan alat kerja dan penetapan ancak pemanen (Aditya dkk, 2017).

Panen kelapa sawit dilakukan setelah kelapa sawit berumur 31 bulan, namun tidak semua buah kelapa sawit bisa dipanen secara bersamaan, karena melihat kematangan buah. Ciri-ciri fisik tanaman kelapa sawit yang siap dipanen sebagai berikut: Terdapat 5-10 brondolan yang berjatuhan di piringan menandakan bahwa kemungkinan besar sudah siap dipanen. Buah sawit berubah warna dari berwarna kuning menjadi oranye. Sebanyak 25-75% buah luar membrondol karena sudah siap dipanen. Panen yang baik dalam satu afdeling adalah sebanyak 15% brondol dari berat tandan, buah-buah tingkat fraksi 1 sebanyak 20% dari jumlah tandan, serta buah tingkat fraksi 2 dan 3 sebanyak 65 dari jumlah tandan, serta buah tingkat fraksi 4 dan 5 sebanyak 15% dari jumlah tandan. Persenan ini harus diperhatikan agar mendapatkan hasil panen yang baik.

3. Konsep Strategi Pengembangan Agribisnis

Konsep strategi pengembangan agribisnis memiliki tujuan utama, strategi dalam setiap kegiatan adalah mencapai keberhasilan, ada beberapa elemen startegi yang harus dipenuhi. *Pertama*, tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten, dan berjangka panjang. *Kedua*, pengertian pendalam terhadap lingkungan persaingan. *Ketiga*, penilaian objektif terhadap sumberdaya dan implementasi yang efektif (Toguria, 2013).

Strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan dalam perusahaan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi juga sebagai respon terhadap kondisi eksisting faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi organisasi. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menyusun strategi tersebut adalah dengan menggunakan analisis SWOT (Rangkuti, 2008).

Agribisnis adalah suatu kesatuan sistem yang terdiri dari subsistem yang saling terkait erat (Syamsinar, 2021), dimana subsistem ini terbagi menjadi empat (4) mata rantai atau langkah-langkah yang akan dilakukan dalam pengembangan agribisnis kelapa sawit tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*)

Subsistem agribisnis ini adalah kegiatan ekonomi yang menyediakan sarana produksi (saprodi) bagi pertanian, seperti industri dan perdagangan agrokimia (pupuk, pestisida, dll), industri agrootomotif (mesin dan peralatan kerja), dan industri benih/bibit.

b. Subsistem usahatani (*on-form agribusiness*)

Subsistem ini merupakan kegiatan ekonomi yang menggunakan sarana produksi yang dihasilkan oleh subsistem agribisnis hulu untuk menghasilkan produk pertanian primer. Termasuk ke dalam subsistem usahatani ini adalah usaha tanaman pangan, usaha tanaman obat-obatan, usaha perkebunan, usaha perikanan, usaha perternakan, dan kehutanan.

c. Subsistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*)

Subsistem agribisnis hilir berupa kegiatan ekonomi yang mengolah produk pertanian primer menjadi produk olahan, baik produk antara maupun produk akhir, beserta kegiatan perdagangan di pasar domestik maupun di pasar internasional. Kegiatan ekonomi yang termasuk dalam subsistem agribisnis hilir ini adalah industri pengolahan makanan, industri pengolahan minuman, industri pengolahan serat (kayu, kulit, karet, sutera, jerami), industri jsa boga, industri farmasi dan bahan-bahan kecantikan, dan lain-lain beserta kegiatan perdagangannya.

d. Subsistem penunjang

Subsistem penunjang merupakan seluruh kegiatan yang menyediakan jasa bagi agribisnis terutama agribisnis kelapa sawit, seperti lembaga keuangan, lembaga penelitian dan pengembangan, lembaga pendidikan, dan lembaga pemerintah (Hermanto, Wahyuni, 2021).

4. Konsep Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa Sawit

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan (2015), pengembangan agribisnis kelapa sawit pada lima tahun kedepan diarahkan untuk mencukupi pendapatan petani, mencukupi kebutuhan konsumsi dalam negeri, perakitan varietas unggul, penguatan sistem produksi benih, pengelolaan hara dan air terpadu, pengendalian hama penyakit serta perbaikan mutu produk.

Dalam usaha meningkatkan produksi kelapa sawit, pengembangan sistem agribisnis adalah jalan alternatif yang tepat, karena sistem agribisnis ini adalah cara

pandang baru dalam melihat pertanian. Ini berarti bahwa pertanian tidak hanya *on-farm activities*, tetapi juga *off-farm activities*. Dengan demikian pertanian tidak hanya berorientasi produksi, tetapi juga berorientasi pasar, tidak hanya dilihat dari sisi permintaan tetapi juga dari sisi penawaran (Tedjaningsih, dkk, 2018).

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian tadi telah dijelaskan bahwa pengembangan agribisnis kelapa sawit pada lima tahun yang akan datang diarahkan untuk mencukupi kebutuhan baik dari segi pendapatan, konsumsi dalam negeri, impor ekspor dan lainnya. Strategi yang ditetapkan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Strategi pengembangan lini *on-farm* awal

Strategi pengembangan di *lini on-farm* ini mencakup perakitan varietas unggul, penguatan sistem produksi benih sumber, pengelolaan hara dan air, pengendalian hama penyakit, serta perbaikan mutu dan daya simpan produk. Pengembangan ini memprioritaskan pada perbaikan varietas serta didukung oleh percepatan sosialisasi kepada pengguna, ditujukan untuk peningkatan efisiensi budidaya kelapa sawit.

b. Strategi pengembangan di lini *on-farm* teknologi

Strategi pengembangan di lini *on-farm* ini diawali dengan perbaikan teknologi pengelolaan untuk mendukung pengembangan industri kelapa sawit. Pengembangan industri hilir ini akan diarahkan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan agribisnis kelapa sawit yang dapat dikembangkan atau di budidayakan di kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto Besar.

c. Strategi pengembangan di *lini on-farm* pemasaran dan perdagangan

Strategi ini meliputi pengembangan unit usaha bersama koperasi atau lembaga lainnya serta pengembangan sistem informasi untuk mendukung upaya mencakup peluang pasar. Sehingga manfaat penuh bagi para petani dan TBS (Timbangan buah sawit) dapat tercapai, langkah strategi pengembangan pasar yang didukung oleh kebijakan pemerintah, terutama menyangkut pemberian modal investasi dan simpan pinjam dapat mengarah pada peningkatan efisiensi pemasaran kelapa sawit.

d. Strategi pengembangan di *lini on-farm* kebijakan pemerintahan

Strategi pengembangan jenis ini meliputi kebijakan pemerintah yang mencakup dukungan kebijakan perlindungan harga dari para petani ke TBS dan dari TBS ke PT. Pengendalian harga ini untuk melindungi dan mengatasi fluktuasi harga, pengembangan sarana dan prasarana mendukung operasionalisasi lembaga usah tani dan keamanan untuk sarana produksi.

5. Faktor Internal Pengembangan Agribisnis Kelapa Sawit

Untuk menentukan strategi meningkatkan produksi agribisnis kelapa sawit pada penelitian ini dilakukan melalui pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi peningkatan usaha tani kelapa sawit (Dwijatenaya, dkk, 2020).

Faktor pendukung dalam pengembangan agribisnis kelapa sawit di Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto

Besar Kabupaten yaitu faktor internal pengembangan agribisnis kelapa sawit sebagai berikut (Sibuea, dkk, 2020):

a. Faktor Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan di dalam hal ini adalah suatu potensi serta kondisi yang dimiliki oleh para petani di Kenagarian Koto Tinggi dengan pengembangan agribisnis kelapa sawit yaitu:

1) Pengalaman petani dalam pengembangan agribisnis kelapa sawit

Pengalaman petani dalam pengembangan agribisnis kelapa sawit ini mempengaruhi keberhasilan agribisnis. Walaupun pendidikan formal maupun informal petani rendah tetapi dengan adanya pengalaman usahatani yang cukup lama, petani mampu dan ahli dalam melakukan agribisnis yang dilakukannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan para petani pada tanggal 10 agustus 2022 di perkebunan sawit di Kenagarian Koto Tinggi, dalam 2 tahun belakangan ini akibat pandemi makin banyak petani yang awal mulanya bekerja di PT dan merantau akibat PHK, para petani yang tadinya bekerja di PT beralih ke perkebunan kelapa sawit dan membuka lahan sendiri.

2) Lahan milik sendiri

Hasil survei di lapangan, petani merasa puas dengan status lahan mereka miliki, karena bekerja tidak dibawah tekanan atau perintah siapapun sehingga maksimal dalam melaksanakan kegiatan usaha.

3) Tersedianya lahan dan agroklimat

Agroklimat dimaksud antara kesesuaian antara kegiatan pertanian yang diproduksi dengan iklim yang ada. Sebagai unsur yang penting dalam menunjang kegiatan pertanian.

4) Menambah penghasilan atau pendapatan

Berdasarkan hasil wawancara oleh salah seorang petani di Kenagarian Koto Tinggi (Jeri 10 Agustus 2022) mengatakan bahwa rata-rata kelapa sawit merupakan penghasilan utama bagi para petani di Kenagarian Koto Tinggi. Usaha Kelapa sawit ini mampu memenuhi kebutuhan keluarga petani.

5) Lahan yang masih kosong

Menurut bapak Jhon Nasri ketua KUD mengatakan bahwa lahan kosong di Kenagarian Koto Tinggi ini masih banyak yang terdiri dari lahan rawa dan hutan yang masih cukup luas, sehingga masih bisa di buka perluasan lahan perkebunan kelapa sawit. Saat ini lahan rawa yang masih tersisa seluas ± 500 Ha dan masih dalam kondisi tertidur, maksudnya belum digarab.

b. Faktor Kelemahan (*Weakness*)

1) Kurangnya Modal

Modal usaha bagi pertanian merupakan permasalahan yang cukup pelik. Karena dengan kurangnya modal inilah menjadi faktor penghambat atau kelemahan petani dalam mengembangkan kelapa sawit. Berdasarkan wawancara dengan petani, petani masih cukup sulit untuk memelihara atau merawat kelapa sawit

terutama dalam menjangkau harga sarana produksi seperti pupuk yang mencapai Rp 500.000 untuk satuan pupuk dan tergantung jenis pupuk. Dan untuk sekali panen petani harus menyewa truk untuk mengangkat sawit ke ram atau tempat jual beli sawit.

2) Kurangnya informasi pasar

Informasi pasar penting bagi petani, dengan informasi pasar petani dapat belajar lebih dalam lagi terkait perkembangan kelapa sawit regional, nasional maupun internasional.

3) Harga kelapa sawit yang fluktuasi

Harga fluktuasi menyebabkan ancaman bagi para petani karena tidak menentunya harga dipasaran, sehingga dimanfaatkan oleh pedagang atau pengepul untuk mempermainkan harga.

6. Faktor Eksternal Pengembangan Agribisnis Kelapa Sawit

a. Faktor Peluang (*Opportunities*)

1) Kelompok Tani

Kelompok tani merupakan suatu wadah yang penting bagi petani dalam hal pengembangan agribisnis kelapa sawit. Kelompok tani memberikan kemudahan kepada para petani dalam memperoleh informasi, adanya kerja sama dan juga mempermudah petani untuk memperoleh bantuan dari pemerintah berupa bibit dan mesin pertanian. Berdasarkan wawancara ada beberapa kelompok tani yang ada di Kenagarian Koto Tinggi Kecamatan Koto Besar salah satunya adalah kelompok tani Lahan Usaha I dan Lahan Usaha II.

2) Infrastruktur yang memadai

Infrastruktur disini dimaksud untuk jalan, infrastruktur jalan merupakan salah satu hal yang penting dalam usaha perkebunan kelapa sawit. Fasilitas jalan yang baik dapat mendukung kelancaran pemasaran kelapa sawit baik dari lahan kejalan besar atau dari desa ke pabrik kelapa sawit.

3) Adanya penyuluhan pertanian

Penyuluh pertanian juga merupakan salah satu yang mampu mendorong perbaikan suatu wilayah, dalam hal ini penyuluh akan mendidik para petani tentang bagaimana pengelolaan perkebunan kelapa sawit dengan baik.

4) Adanya kebijakan pemerintah

Untuk pengembangan agribisnis kelapa sawit mendapat perhatian dari pihak pemerintah seperti Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Dharmasraya dalam menyediakan sarana dan prasarana penunjang dalam hal pengelolaan dan produksi agribisnis kelapa sawit yang diberikan kepada kantor unit desa (KUD) Kenagarian Koto Tinggi untuk diberikan kepada para petani.

b. Faktor Ancaman (*Threats*)

1) Penetapan standar kualitas TBS yang ketat oleh industri atau pabrik CPO.

2) Harga komoditas perkebunan

Harga komoditas di pasaran yang relatif masih fluktuasi. Harga kelapa sawit di pasaran tidak selamanya tinggi atau rendah, ada masa

tertentu dimana harga mengalami kenaikan atau penurunan secara drastis.

3) Kondisi iklim

Kondisi iklim yang tidak menentu merupakan penghambat dan kendala yang menyebabkan petani sulit untuk melakukan agribisnis kelapa sawit terkait waktu tanam, pengelolaan dan pasca tanam.

4) Pencurian TBS oleh orang luar di perkebunan warga

5) Hama dan penyakit tanaman

Tanaman kelapa sawit tidak lepas dari gangguan hama dan penyakit yang merugikan para petani.

6) Kurangnya lembaga pendukung

Usahatani kelapa sawit memerlukan keberadaan lembaga pendukung setelah adanya kantor unit desa untuk pengembangan agribisnis sangat penting untuk menciptakan agribisnis yang tangguh. Lembaga-lembaga pendukung tersebut sangat menentukan dalam upaya terciptanya integritas agribisnis dalam mewujudkan tujuan pengembangan agribisnis.

KESIMPULAN

Petani kelapa sawit merupakan petani yang mendapatkan penghasilan dari usaha tani kelapa sawit. Agribisnis adalah salah satu kesatuan sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yang saling terkait yaitu subsistem agribisnis hulu dan hilir, subsistem usaha tani dan subsistem penunjang. Strategi disini berupa suatu tindakan yang dikerjakan untuk

meningkatkan pengembangan agribisnis kelapa sawit dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Faktor internal kekuatan dalam agribisnis kelapa sawit di Kenagarian Koto Tinggi yaitu pengalaman petani dalam pengembangan agribisnis kelapa sawit yang sudah berpengalaman dan memiliki lahan sendiri sehingga maksimal dalam melaksanakan kegiatan usaha tani. Sehingga mencukupi penghasilan para petani di Kenagarian Koto Tinggi Kecamatan Koto Besar. Faktor internal kelemahan agribisnis kelapa sawit, dimana petani masih kekurangan modal dalam memelihara atau merawat kelapa sawit terutama dalam menjangkau harga sarana produksi seperti pupuk. Sementara faktor eksternal peluang yaitu adanya kelompok tani sebagai wadah yang memberikan kemudahan kepada para petani dalam memperoleh informasi, adanya kerja sama dan juga mempermudah petani untuk memperoleh bantuan dari pemerintah berupa bibit dan mesin pertanian dan adanya penyuluhan oleh pemerintah kepada para petani. Faktor eksternal ancaman yaitu, dimana harga komoditas di pasaran yang relatif masih fluktuasi sehingga pada masa tertentu harga mengalami kenaikan atau penurunan secara drastis dan kurangnya lembaga pendukung khusus dalam pengembangan agribisnis kelapa sawit di Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto Besar Kabupaten Dharmasraya.

Berdasarkan hasil diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor kekuatan menjadi faktor internal yang paling berpengaruh serta peluang menjadi faktor eksternal yang paling berpengaruh dalam pengembangan Kabupaten Dharmasraya sebagai pusat produksi kelapa sawit. Untuk itu strategi dalam pengembangan kelapa sawit, ditekankan kepada bagaimana menggunakan kekuatan yang ada untuk menghadapi peluang yang ada. Rekomendasi kebijakan

lainnya dijalankan sebagai pendukung pengembangan Kabupaten Dharmasraya sebagai pusat produksi kelapa sawit, berkaitan dalam rangka peningkatan efisiensi usaha tani dan kelestarian lingkungan. Hal ini dapat dilakukan agar usaha tani kelapa sawit di Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Koto Besar Kabupaten Dharmasraya dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul,Adjid. (1998). *Sistem Agribisnis Terintegrasi Hulu-Hilir*. Bandung: Muara Indah.
- Aditiya,Heriawan. Dkk. (2017). *Manajemen Panen Kelapa Sawit (Elaeis Guineensis Jacq) Di Kebun Sei Galuh, PT. Perkebunan Nusantara V, Kec. Tapung, Kab. Kampar, Provinsi Riau*. Jurnal Agromast. Vol. 2. No. 1.
- Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <http://www.bps.go.id>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2022 pada jam 10.00 WIB.
- Badan Pusat Statistik (BPS). “Dharmasraya Dalam Angka 2020”. Diakses dari <http://www.bps.go.id>. Pada tanggal 24 Agustus 2022 pada jam 14.30 WIB.
- Bayu,Rifaldo Gusna. (2017). *Prospek Penegmbangan Agribisnis Perkebunan Rakyat Kelapa Sawit Di Desa Sepalo Dalung , Kecamatan Sesayap Hilir, Kabupaten Tana Tidung, Provinsi Kalimantan Utara. Skripsi Sosial Ekonomi Pertanian*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Dwijatenaya,Ida Bagus Made Agung. Dkk. (2020). *Analisis SWOT Pada Implementasi Manajemen Produksi Dalam Agribisnis Kelapa Sawit Rakyat di Desa Menamang*

- Kanan Kecamatan Muara Kaman Kabupaten Kutai Kartanegara*. Jurnal Magrobis. Vol. 20. No.1.
- Hermanto, Bambang. & Wahyuni, Sri. (2021). *Strategi Pengembangan Sistem Agribisnis Kelapa Sawit (Elaeis Guineensis Jacq) Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Jurnal Potensi Program Studi Magister Perencanaan Wilayah Universitas Batam. Vol. 1, Issue 1.
- Lubis,Rustam Effendi & Widanarko,Agus. (2011). *Buku Pinter Kelapa Sawit*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Lubis,Rustam Effendi & Widanarko,Agus. (2015). *Teknis Budidaya Kelapa Sawit Di Areal Pasang Surut*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Mawardati. (2017). *Agribisnis Perkebunan Kelapa Sawit Analisis Aspek Teknis, Manajemen Dan Pemasaran Pada Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat*. Sulawesi: UnimalPress.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sibue,Muhammad Buhari. Dkk. (2020). *Strategi Pengembangan Kawasan Pedesaan Berbasis Agribisnis Perkebunan*. Journal Of Agribusiness Sciences e-issn:2641-6037. Vol.3. No.2.
- Syakir,M. (2010). *Budidaya Kelapa Sawit*. Bogor: Aska Media.
- Syamsinar. (2021). *Strategi pengembangan Usahatani Bawang Merah Varietas Lokana Desa Bonto Lojong Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng*. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tendjaningsih,Tenten. Dkk. (2018). *Peran Kelembagaan Dalam Pengembangan Agribisnis Mendong*. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, Vol. 4, No. 2.

- Toguria,R. (2013). *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Mandailing Di Kecamatan Ulu Pangkat. Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Triyono, Djoko. Dkk. (2015). *Strategi Pengembangan Kebun Kelapa Sawit Lahan gambut kabupaten Kubu raya*. Jurnal Social Economic Of Agriculture. Vol. 4, No. 2.
- Wawancara dengan Andre Firmansyah Tanggal 20 Agustus 2022 di Perkebunan Sawit Kenagarian Koto Tinggi.
- Wawancara dengan Jeri Tanggal 10 Agustus 2022 di Perkebunan Sawit Kenagarian Koto Tinggi.
- Wawancara dengan Jhon Nasri Selaku Ketua KUD Tanggal 8 Agustus 2022 di Kantor Unit Desa Lubuk Karya, Kenagarian Koto Tinggi.

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KRIPIK TEMPE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT

Nelisca Deninta Fitriani

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis Syariah

Email: nelisca275@gmail.com

Abstrak

"UMKM Kripik Tempe Di kenagarian SialangGaung Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya menjadi salah satu UMKM yang memberikan berkontribusi langsung dalam peningkatan pendapatan masyarakat di Kabupaten Dharmasraya karena Kripik tempe menjadi salah satu kearifan lokal sebagai makanan khas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Instrumen penelitian yang digunakan adalah menggunakan instrumen wawancara secara langsung dengan para pelaku UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" yang menggunakan teknik analisis data deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis lebih lanjut mengenai strategi pengembangan UMKM Kripik Tempe guna untuk meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Penelitian ini dilakukan secara langsung di Salah satu UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" yang ada di Jorong Padang Bintungan IV. Adapun teknik pengambilan data menggunakan observasi langsung, literature jurnal terkait dan hasil dari wawancara yang dilakukan pada narasumber pelaku usaha UMKM kripik Tempe di Jorong Padang Bintungan IV. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pihak pengelola UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" sudah sangat bagus dalam beberapa aspek, namun ada pula kendalanya yang menyebabkan Strategi yang digunakan kurang efektif dan efisien untuk diterapkan. Oleh karena itu diperlukan evaluasi strategi agar UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" dapat tetap berkembang sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat."

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, UMKM, Kripik Tempe

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia berperan dalam perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan oleh banyaknya jumlah unit usaha UMKM dibandingkan dengan unit industri berskala besar lainnya yang ada di Indonesia. UMKM mempunyai proporsi persentase sebesar

99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 57.895.721 juta unit di tahun 2013. Hal ini membuktikan bahwasanya UMKM memiliki eksistensi untuk terus berkembang pesat dalam perekonomian Indonesia (Hemasdika Dkk, 2017).

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah usaha atau bisnis yang dikelola oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM memiliki peran penting dalam dunia perekonomian dimana keberadaan dari UMKM sangat diperhitungkan karena mampu memberikan kontribusi dalam mengembangkan perekonomian Indonesia sekaligus meningkatkan pendapatan perkapita negara. UMKM berkontribusi dalam peningkatan pembangunan nasional dan UMKM memberikan peluang untuk penyerapan tenaga kerja serta mendistribusikan hasil pembangunan (Anggraeni Dkk, 2017).

Dalam mengembangkan sebuah UMKM dibutuhkan sebuah strategi pengembangan yang dapat menunjang usaha atau bisnis agar mampu bersaing dan mampu memperoleh keuntungan. Strategi pengembangan adalah sebuah penentuan arah dari rencana perusahaan yang digunakan agar perusahaan dapat berkembang semakin pesat untuk dimasa yang akan datang. Dimana dalam pembuatan strategi ini harus dilakukan dengan sangat teliti dan perencanaan yang sangat matang sehingga sebisa mungkin perusahaan tidak akan pernah mengalami kerugian.

Kripik tempe adalah salah satu jenis makanan yang berbahan dasar tempe. Tempe merupakan salah satu makanan khas di Indonesia yang berasal dari fermentasi biji kedelai yang mana dalam proses ini biji kedelai mengalami proses penguraian menjadi senyawa sederhana sehingga mudah dicerna. Dahulunya tempe hanya diolah menjadi lauk yang

dikonsumsi setiap harinya oleh masyarakat Indonesia, Namun Seiring dengan perkembangan zaman yang lebih modern makanan yang berasal dari bahan dasar tempe sudah banyak muncul di masyarakat. Hal ini dikarenakan tempe merupakan salah satu makanan yang paling digemari oleh semua kalangan masyarakat serta bahan dasar pembuatannya sangat mudah untuk didapatkan dengan harga yang relatif terjangkau(Kurniawati Dkk, 2018).

UMKM kripiik tempe berkembang pesat dibeberapa daerah yang ada di Indonesia salah satunya pada Desa yang terletak di Kenagarian SialangGaung, Kecamatan Koto Baru, Dharmasraya Khususnya di Jorong Padang Bintungan IV. Dimana sudah masyarakat daerah tersebut yang mengolah tempe menjadi makanan oleh-oleh berupa kripiik tempe yang sangat digemari oleh masyarakat. Pada tahun ini sekitar kuranglebih 6 buah UMKM kripiik tempe yang berkembang di Desa tersebut yang memproduksi kripiik tempe dengan sistem usaha rumahan yang dipergunakan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus untuk membuat masyarakat khususnya ibu rumah tangga untuk tetap produktif walaupun hanya di rumah saja. Selain itu ada juga UMKM kripiik tempe yang memperkerjakan warga setempat untuk membantu proses produksi mulai dari tahap membuat tempe kemudian sampai kedalam tahap pengemasan produk. Hal ini dilakukan juga untuk membantu perekonomian warga setempat dimana pada Desa Padang Bintungan mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani.

Kelebihan dari UMKM Kripiik Tempe yang berada di Desa Jorong Padang Bintungan IV ini sangat beragam dan bervariasi bahkan ada yang sudah menambahkan beberapa menu lainnya selain kripiik tempe seperti Kripiik Pisang, Peyek dengan berbagai variasi rasa danlainnya. Hal ini

dilakukan untuk menarik minat para konsumen serta untuk mengembangkan usahanya agar lebih berkembang pesat dan mampu bersaing dengan produsen kripik Tempe lainnya mengingat banyak sekali pesaing di daerah tersebut.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Kripik Tempe di Kenagarian SialangGaung tersebut sangat bermacam-macam. Contohnya ada beberapa UMKM Kripik Tempe yang memasarkan produknya secara langsung di seluruh pasar yang ada di Kabupaten Dharmasraya, ada juga yang memasarkan melalui via online dimana para produsen Kripik Tempe ini membuat promosi produknya melalui media sosial seperti Facebook danlainnya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah para konsumen untuk mendapatkan informasi terkait produknya dan sekaligus memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi jual beli produk Kripik Tempe nantinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka UMKM Kripik Tempe perlu dikembangkan lagi guna untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di Jorong Padang Bintungan VI Kenagarian SialangGaung Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya, selain itu untuk mengembangkan Kreativitas masyarakat setempat dimana Produk Kripik Tempe bisa menjadi salah satu kearifan lokal yang dimiliki masyarakat tersebut sekaligus dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga bisa mensejahterakan kehidupan masyarakat setempat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai strategi pengembangan UMKM Kripik Tempe guna untuk meningkatkan pendapatan

masyarakat setempat. Penelitian ini dilakukan secara langsung di Salah satu UMKM Kripik Tempe " Tiga Bersaudara" yang ada di kenagarian SialangGaung, Kecamatan Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya yaitu khususnya daerah Jorong Padang Bintungan IV. Adapun teknik pengambilan data menggunakan observasi langsung, literature jurnal terkait dan hasil dari wawancara yang dilakukan pada narasumber pelaku usaha UMKM kripik Tempe di Jorong Padang Bintungan IV. Penelitian ini juga melibatkan penalaran kritis untuk mengkaji data yang diperoleh.

PEMBAHASAN

1. Sejarah Dan Gambaran Umum UMKM Kripik Tempe

UMKM Kripik Tempe ini terletak di Kabupaten Dharmasraya. Kabupaten Dharmasraya sendiri adalah merupakan kabupaten yang masih dalam proses berkembang dimana kabupaten ini masih tergolong baru. Kabupaten ini diresmikan pada tanggal 7 Januari 2004 yang mana sebelumnya wilayah kabupaten ini merupakan bagian dari kabupaten Sawahlunto Sijunjung. Kabupaten Dharmasraya memiliki luas wilayah 2.961,13 km² dan jumlah penduduk sekitar 234.401 jiwa dan terdiri dari 11 kecamatan, 56 Desa/ Nagari. Adapun salah satu nagari yang terdapat di dalam kabupaten Dharmasraya adalah Nagari SialangGaung yang memiliki beberapa jorong didalamnya salah satunya yaitu Jorong Padang Bintungan IV. Masyarakat di Jorong ini umumnya adalah masyarakat yang berasal dari transmigrasi dari pulau jawa sehingga tradisi dan kebiasaan masyarakat jawa tetap dijunjung tinggi di daerah ini contohnya seperti sikap kekeluargaan dan saling tolong menolong. UMKM Kripik tempe yang

terdapat di Jorong ini sangatlah banyak salah satunya yaitu UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" yang telah berdiri sejak tahun 2002.

Menurut Ibu Tutik (2022) selaku pemilik UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara", latar belakang berdirinya UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" ini adalah untuk membantu meningkatkan pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari karena pendapatan yang diperoleh dari hasil perkebunan tanaman kelapa sawit dan pohon karet serta bercocok tanam padi tidak dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" memiliki slogan yaitu "*Gurih & Renyah*" dan terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas yang terdiri dari kacang kedelai, Tepung Beras, minyak goreng dan beberapa bumbu penyedap rasa.

UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" memiliki Visi yaitu menjadi UMKM Kripik Tempe yang berkualitas tinggi, terpercaya dan mampu bersaing dengan UMKM kripik tempe lainnya. Adapun Misi dari UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" yaitu: Mengelola UMKM kripik tempe dengan menjunjung tinggi sikap tanggungjawab, kejujuran, kedisiplinan dan etos kerja yang tinggi untuk menjaga kualitas dari produk kripik tempe yang dihasilkan dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengembangkan usaha. Tujuan didirikan UMKM Kripik Tempe " Tiga Bersaudara" ini adalah untuk membantu meningkatkan pendapatan masyarakat, serta meningkatkan kreativitas dan peluang usaha untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari.

2. Strategi Pengembangan UMKM Kripik Tempe

Strategi pengembangan yang digunakan dalam UMKM Kripik Tempe adalah Strategi yang didasarkan pada kombinasi antara *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang/kesempatan), dan *threat* (ancaman).

Strategi SO adalah Strategi yang menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki UMKM kripik tempe untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini meliputi meningkatkan dan menjaga kualitas produk Kripik tempe sehingga akan lebih mudah untuk memasarkan produk kepada konsumen. **Strategi WO** adalah Strategi yang mengatasi segala kelemahan yang dimiliki UMKM kripik tempe dengan mengoptimalkan fungsi dari peluang yang tersedia. Strategi ini meliputi peningkatan kesadaran terkait pentingnya meningkatkan dan menjaga kualitas produk UMKM Kripik Tempe sehingga diperlukan pemahaman lebih mendalam tentang produk kripik tempe agar bisa tetap berkembang dengan baik.

Strategi ST adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk melawan seluruh ancaman dan menghindari dampak yang tidak diinginkan. Strategi ini meliputi menjalin hubungan baik dengan para pemasok bahan baku dan meningkatkan kerjasama berbagai pihak agar dapat mengembangkan produk UMKM kripik tempe dengan mudah.

Strategi WT adalah strategi yang menekankan semua kelemahan yang dimiliki dan mencegah seluruh ancaman yang ada. Strategi ini meliputi peningkatan kesadaran akan pentingnya menjaga kualitas produk dan proses dan

peningkatan kerjasama dengan para pemasok bahan baku (Rahmana Dkk, 2012).

Strategi pengembangan UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" diawali dengan sistem pemasaran yang dilakukan dengan cara memasarkan produk secara langsung di pasar. Hal ini dilakukan sekaligus sebagai langkah untuk menarik minat para konsumen yang berada di pasar sehingga peluang untuk produk dikenal lebih banyak masyarakat lebih luas. Menurut Ibu Tutik selaku pemilik dari UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" pemasaran kripik tempe ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu bisa melalui pesan langsung atau menghubungi nomor yang telah disediakan dan didistribusikan secara langsung di pasar terdekat dengan Nagari Sialanggaung yakni Pasar SialangGaung yang diadakan pada setiap hari Sabtu, Pasar Koto Baru yang diadakan pada setiap hari Rabu, Pasar Ampalu yang diadakan pada setiap hari Selasa, dan Pasar Blok B sitiung 1 yang diadakan pada setiap hari Kamis serta melajani pemesanan untuk daerah yang berada diluar kabupaten Dharmasraya.

3. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kripik Tempe

UKM adalah kegiatan ekonomi kolektif kecil yang memenuhi standar undang-undang untuk omset tahunan dan persyaratan kepemilikan. UKM adalah ekonomi lokal yang dapat menghidupi sebagian besar masyarakat. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, dijelaskan bahwa istilah ukm telah diubah menjadi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang terdiri dari:

- a. Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kriteria aset (tidak termasuk tanah dan bangunan) maksimal Rp.

- 50.000.000 dengan hasil penjualan maksimal Rp. 300.000.000 /tahun.
- b. Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki kriteria aset (tidak termasuk tanah dan bangunan) antara Rp.50.000.000 hingga Rp. 500.000.000 dengan hasil penjualan anantara lain sekitar Rp.300.000.000 hingga 2.500.000.000 /tahun.
 - c. Usaha Menengah adalah usaha yang memiliki kriteria aset (tidak termasuk tanah dan bangunan) antara Rp. 500.000.000 hingga Rp. 10.000.000.000 dengan hasil penjualan sekitar Rp. 2.500.000.000 hingga 50.000.000.000 / tahun (Anggraeni Dkk, 2017).

Menurut Ina Primiana, UMKM ialah upaya pengembangan kawasan industri yang dilakukan untuk mempercepat perekonomian yang berguna sebagai wadah agar program prioritas disektor potensi industri yang dimiliki (Ariyanto Dkk, 2021).

Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dapat dilihat dari dari:

- a. Kedudukannya dalam sektor perekonomian dimana UMKM berperan sebagai Pemain utama dalam berbagai sektor perekonomian.
- b. UMKM berperan sebagai penyedia lapangan pekerjaan yang terbesar di Indonesia.
- c. UMKM berperan penting dalam upaya mensejahterakan masyarakat dan pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat lokal.
- d. UMKM berperan dalam membuka sebuah usaha jenis baru yang dapat menciptakan pasar baru dan memiliki banyak sumber inovasi.

- e. UMKM berperan penting dalam hal memberikan sumbangan dana dalam menjaga neraca pembayaran melalui jalur ekspor perdagangan (Putra, 2016).

Faktor- faktor yang menentukan keberhasilan dari pengembangan sebuah UMKM meliputi Faktor Sumber Daya Manusia (SDM), ketersediaan modal, ketersediaan bahan baku, keahlian dalam pengelolaan usaha, ketersediaan mesin dan peralatan, dan ketersediaan informasi yang dimiliki. Dalam mengelola UMKM membutuhkan beberapa hal yaitu kreativitas yang tinggi, Selalu berinovasi untuk mengembangkan usaha, berani dalam mengambil risiko yang ada, dan memiliki rasa patang menyerah (Bismala, 2016).

Kendala pengembangan usaha UMKM antara lain yaitu Kurangnya masalah dana permodalan yang dimiliki pengelola UMKM untuk mengembangkan usahanya. Hal ini dapat diatasi dengan cara melakukan peminjaman kepada Bank dengan memilih program KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang ditawarkan. Kendala yang selanjutnya yaitu kesulitan untuk memperoleh bahan baku untuk produksi UMKM. Selain itu kendala dalam hal pemasaran menjadi kendala utama dalam pengembangan sebuah UMKM, dimana masih banyak UMKM yang kesulitan dalam menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan usahanya. Dan kendala terakhir adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM). Kendala ini dapat diatasi dengan cara melakukan pelatihan keahlian SDM sehingga para SDM menjadi terlatih dan siap untuk menghadapi segala ancaman dalam mengembangkan UMKM (Hartono.&Hartomo, 2014).

4. Proses Produksi UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara"

Proses produksi Kripik tempe "Tiga Bersaudara" membutuhkan waktu yang lumayan lama dikarenakan Tempe yang digunakan adalah tempe fermentasi yang dibuat sendiri sehingga membutuhkan waktu kurang lebih 2 hari untuk menunggu tempe hingga siap untuk digoreng. Tahapan proses produksi tempe kripik " Tiga Bersaudara " meliputi: Tahap pertama pengelola harus membeli dan menyediakan beberapa bahan baku yang dibutuhkan seperti kedelai dan bumbu-bumbu dapur lainnya untuk membuat Kripik Tempe. Setelah itu kedelai yang telah dibeli dipilih kualitasnya antara kedelai yang tidak layak digunakan dengan kedelai yang layak digunakan. Kedelai yang memiliki kualitas bagus kemudian dibersihkan dengan air bersih dan direndam selama satu malam. Kemudian setelah kedelai direndam, kedelai direbus hingga mendidih dan setelah itu dicuci kembali dengan air bersih. Baru kemudian kedelai yang telah dicuci bersih. Kemudian kedelai dikemas menggunakan daun pisang yang telah dibersihkan untuk mencetak menjadi sebuah tempe. Setelah itu kedelai yang sudah siap dikemas didiamkan agar proses fermentasi kedelai selama kurang lebih 2×24 jam agar dapat menghasilkan tempe yang berkualitas. Tahap selanjutnya setelah tempe jadi adalah tahap pengorengan dimana sebelum mengoreng tempe kita harus membuat adonan yang telah diberikan bumbu-bumbu penyedap rasa yang bisa menjadikan rasa kripik tempe lebih gurih dan renyah. Kemudian siapkan tempe yang telah jadi dan masukkan kedalam adonan tepung yang telah dipersiapkan. Goreng kripik tempe di minyak yang telah dipanaskan dengan api yang kecil guna untuk

mendapatkan tingkat kematangan yang sempurna dan warna yang diinginkan. Kripik tempe digoreng sampai berwarna keemasan kemudian diangkat dan ditiriskan.

Setelah Kripik Tempe siap diproduksi maka tahap selanjutnya adalah tahap pengemasan. Tahap pengemasan Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" ini dilakukan dengan cara memasukkan kripik tempe kedalam kemasan plastik yang sudah diberikan merek dengan berbagai ukuran. Setelah selesai dikemas Kripik tempe kemudian dimasukan kedalam kardus sesuai dengan ukurannya. Harga yang ditawarkan oleh UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" ini sangat beragam dimulai dari harga Rp.2000/ kemasan keci yang biasanya berisi sekitar 3-4 buah Kripik tempe, dan kemasan menengah yang dijual dengan harga sekitar Rp. 15.000/ kemasan menengah serta untuk 1 kardus biasanya dijual dengan kisaran harga Rp. 150.000 hingga Rp. 200.000/ kardus.

Tahapan pemasaran dilakukan dengan cara memasarkan secara langsung dan mendistribusikannya di beberapa toko. Selain itu kripik tempe "Tiga Bersaudara" ini juga dipasarkan secara langsung di pasar-pasar yang berada didekat Kenagarian SialangGaung. Dan pihak dari pengelola juga menawarkan layanan dengan sistem pesan antar yang memudahkan para konsumen untuk membelinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, maka disimpulkan bahwa strategi pengembangan sangat diperlukan dalam mengembangkan sebuah UMKM. Strategi pengembangan adalah sebuah penentuan arah dari rencana perusahaan yang digunakan agar perusahaan dapat berkembang semakin pesat

untuk dimasa yang akan datang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" sudah cukup bagus dan sangat tepat untuk diterapkan. Namun, ada beberapa kendala yang harus segera untuk diatasi agar strategi yang digunakan dapat terealisasi secara efektif dan efisien.

Kendala yang menghambat UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" ini adalah kurangnya modal usaha. Dimana modal usaha yang digunakan masih tergolong sedikit sehingga para pengelola membutuhkan suntikan dana untuk mengembangkan usaha UMKM Kripik Tempe ini lebih maju dan berkembang lagi. Oleh karena itu, maka diperlukan perhatian dari pihak pemerintah daerah untuk mendukung usaha UMKM Kripik Tempe ini melalui bantuan modal usaha dan menyediakan pelatihan-pelatihan terkait tentang pengelolaan UMKM Kripik Tempe sehingga UMKM kripik Tempe dapat maju. Selain itu para pengelola UMKM Kripik Tempe perlu melakukan kegiatan evaluasi untuk meninjau keberhasilan dari strategi yang digunakan serta para pengelola diharuskan untuk selalu melakukan inovasi terhadap produk yang diperjualbelikan hal ini bertujuan agar UMKM dapat selalu melakukan pembaharuan produk sehingga konsumen tidak akan merasa bosan dengan produk yang ditawarkan dan juga dapat menarik minat para pembeli.

Terlepas dari kendala yang ada, sejauh ini UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" telah mampu bertahan sebagai salah satu makanan khas dari kabupaten Dharmasraya yang paling banyak menarik konsumen dan mampu mensejahterakan masyarakat di Jorong Padang Bintungan IV sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat terkhusus untuk para ibu rumah tangga

yang mana mereka tetap bisa memperoleh penghasilan melalui kegiatan UMKM ini sehingga dapat meringankan beban dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dampak positif lainnya yang diberikan karena keberadaan UMKM Kripik Tempe ini adalah Meningkatnya pendapatan Masyarakat sekitar, meningkatkan kualitas SDM masyarakat setempat yang mampu berkreativitas dan berinovasi dalam mengembangkan usahanya, dan mampu mengenalkan daerah setempat agar dapat dikenal oleh banyak orang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P. Dkk. (2017). Analisis SWOT Pada UMKM Kripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43 (1)
- Ariyanto, A. Dkk. 2021. *Entrepreneurial Mindsets & Skill*. Sumatera Barat: CV Insan Cendikia Mandiri
- Bismala, B. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5 (1)
- Tutik. Hasil Wawancara Pribadi Tentang Startegi Pengembangan UMKM Kripik Tempe "Tiga Bersaudara" pada tanggal 18 Agustus 2022
- Hartono. & Hartomo, D.D. (2014). Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14 (1)
- Hemasdika, N.H. Dkk. (2017). Strategi Pengembangan Industri Keripik Tempe Di Desa Karang Tengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. *Jurnal AGRISTA*, 5 (3)

- Kurniawati, T. Dkk. (2018). Peningkatan Produktivitas Pengusaha Tempe. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (2)
- Putra, A.H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5 (2)
- Rahmana, A. Dkk. (2012). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Teknik Industri*, 13 (1)
- Sholikhah, A. (2016). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal KOMUNIKA*,
10 (2)
- Supriyatna, A. (2015). Analisis Dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Dengan Menggunakan Pieces Framework. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 11 (1)

STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN USAHA KERIPIK SINGKONG

Nisa Mahmudah

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: nisamahmuda799@gmail.com

Abstrak

Salah satu bentuk usaha yang dijalankan dalam membantu perekonomian di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal adalah dengan membuka usaha di bidang pengolahan singkong. Salah satu produk yang paling dikenal dari olahan singkong tersebut adalah keripik singkong. Bisnis keripik singkong dapat membantu perekonomian karena termasuk bisnis kreatif. Singkong termasuk jenis tanaman yang sangat mudah ditemukan di Indonesia, sehingga bahan baku yang diperlukan dalam proses pembuatannya sangatlah mudah. Keripik singkong adalah cemilan yang dibuat dari singkong dengan bentuk tipis, sehingga menghasilkan tekstur yang garing dengan rasa yang gurih. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk deskriptif kualitatif yang menggambarkan tentang kejadian, fakta-fakta yang akurat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan dan pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan usaha keripik singkong di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa analisis SWOT digunakan usaha keripik singkong ini sebagai strategi pengembangan usaha .Diantaranya Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang) dan Threat (Ancaman). Sedangkan marketing mix 4P yaitu, Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat) dan Promotion (Promosi) digunakan sebagai bentuk strategi pemasaran. Strategi pengembangan dan pemasaran yang digunakan usaha ini terbukti dapat meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Pemasaran, Volume Penjualan, Keripik Singkong.

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk negara berkembang dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat tentunya diharapkan diikuti dengan pertumbuhan ekonomi, agar perekonomian masyarakat terjamin sehingga tercipta kesejahteraan masyarakat. Tetapi kenyataannya, pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat miris sehingga harus mendapatkan perhatian dari Pemerintah. Selain itu, diharapkan juga kesadaran masyarakat supaya bisa memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin agar mampu membangkitkan perekonomian rakyat.

Salah satu cara yang bisa dilakukan masyarakat adalah dengan membuka berbagai macam usaha. Salah satu contoh yang dilakukan masyarakat di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandiling Natal adalah dengan membuka usaha di bidang pengelolaan singkong dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Bahan baku singkong tersebut di olah menjadi keripik singkong dengan rasa yang unik, sehingga memiliki ciri khas tersendiri di bandingkan dengan produk - produk yang lain. Kenyataan yang dapat kita lihat bahwasanya semua jenis usaha yang dalam menjalankan kegiatannya diperlukan adanya pengembangan dan pemasaran. Dizaman sekarang, tentunya bisnis tidaklah sesuatu yang asing di kehidupan masyarakat, melainkan bisnis sudah familiar di seluruh penjuru dunia. Banyaknya bisnis ataupun usaha yang berkembang di Indonesia baik usaha sejenis ataupun berbeda tentunya mendatangkan persaingan.

Persaingan yang semakin ketat salah satunya dipicu oleh perkembangan teknologi. Dalam situasi yang demikian, maka pengusaha harus mampu menghadapinya atau memilih keluar

dari area persaingan. Pada dasarnya pemasaran adalah serangkaian proses dimana semua orang memperoleh apapun sesuai dengan kebutuhan dan keinginan lewat penciptaan, pertukaran produk dan nilai dengan yang lain (Kotler dan Keller, 2012:6). Dengan demikian pemasaran adalah salah satu kunci kesuksesan dan terwujudnya tujuan yang diinginkan sehingga usaha dapat berlangsung dengan semestinya (Tjiptono, 2000, 24).

Strategi pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang ditargetkan dalam pencapaian tujuan perusahaan dengan kemampuan bersaing dipasar sasaran secara berkelanjutan serta cara yang dilakukan dalam pemasaran sehingga menarik perhatian pasar sasaran.(Tull dan Kahle1990). Menurut David (2006) menyebutkan kalau strategi pemasaran merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang terpercaya dalam hal pemberian nilai terhadap konsumen sekaligus menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan bagi usaha.

Kegiatan pemasaran bukan sesekedar menjual atau melakukan segala aktivitas bauran pemasaran, tetapi pemasaran adalah keseluruhan proses dalam penyesuaian perusahaan dengan berbagai kesempatan terbaiknya yang terdiri dari proses pembuatan perencanaan pemasaran, menganalisis peluang pasar, memilih pasar sasaran, mengembangkan bauran pemasaran dan mengelola usaha pemasaran (Husain Umar: 2003). Sedangkan pengembangan usaha adalah tanggungjawab setiap wirausaha yang memiliki pandangan kedepan dengan segala inovasi yang dimilikinya, sehingga usaha yang semula kecil dapat berkembang menjadi usaha yang besar. Usaha keripik singkong ini belum efektif dalam melakukan pemasaran dan masih membutuhkan pengembangan usaha. Tentunya hal ini menjadi masalah yang serius dalam perkembangan usaha. Strategi

Pengembangan usaha tentunya sangat diharapkan setiap pebisnis karena akan berpotensi meningkatkan profitabilitas yang tinggi. Sebaliknya jika strategi yang digunakan tidak sesuai dengan tujuan bisnis maka akan menghambat pertumbuhan bisnis bahkan dapat menyebabkan pebisnis gulung tikar.

Pengusaha harus mengetahui arah bisnis yang dijalankan, sehingga mampu meminimalisir kerugian yang akan dihadapi dan mengubahnya menjadi sebuah keuntungan yang akan diperoleh. Meskipun pengelolaan produk telah berhasil dilakukan, hal ini tidak akan menjamin keberhasilan usaha jika tidak diiringi dengan strategi pemasaran. Banyaknya usaha atau bisnis yang gagal dikarenakan strategi yang digunakan belum tepat. Sebelum mendirikan usaha tentunya kita sudah menyusun strategi bisnis yang agar usaha dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Ada beberapa penelitian terdahulu terkait dengan strategi pengembangan dan Pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Wafi (2019) menunjukkan kegiatan pengembangan produk dilakukan lewat inovasi, kegiatan ini dapat diaplikasikan melalui peningkatan kualitas (*quality improvement*), peningkatan keistimewaan (*feature improvement*) dan peningkatan gaya (*style improvement*). Penelitian yang dilakukan oleh Nyimas Mardiah (2009) terlihat strategi pengembangan dilakukan berdasarkan variasi produk dan perbaikan kualitas produk. Penelitian yang dilakukan oleh Syamril (2021), terlihat jika strategi pemasaran berdasarkan segmentasi pasar dan positioning sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Sedangkan strategi pemasaran melalui Targeting tidak

mempengaruhi laba dikarenakan tingkat penjualan yang fluktuatif.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan peneletian terhadap “Strategi Pengembangan dan Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Keripik Singkong di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang dipakai yaitu berbentuk deskriptif kualitatif. Tujuan Penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai gejala dan fakta secara akurat sehingga memberikan gambaran mengenai strategi yang tepat dalam pengembangan dan pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan.

Dalam Penelitian yang dilakukan, peneliti memilih lokasi di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal Prov. Sumatera Utara. Teknik pengambilan data yang dipakai yaitu Observasi, wawancara, dan Dokumentasi. Peneliti terjun langsung kelapangan untuk melakukan pengamatan sekaligus mencari informasi secara mendalam berdasarkan tingkat kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehknik Purposive Sampling dimana pengambilan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti narasumber yang seperti apa yang pantas sebagai informan dalam penelitian, dalam artian dimana dia mengetahui tentang apa yang kita butuhkan (Sugiono, 2009).

PEMBAHASAN

1. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan- tujuan yang diinginkannya. Sedangkan pengertian usaha ataupun bisnis menurut Amirullah Imam Hardjanto (2005) adalah kegiatan dalam menghasilkan produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harapan mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang telah dilakukan. Menurut Anoraga (2007:66) pengembangan usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha dengan segala motivasi dan kreativitas yang dimilikinya untuk kemajuan perusahaan kedepannya. Mengembangkan usaha sama artinya dengan mengembangkan kegiatan, konsumen, pasar, penjualan, laba, nilai produk, saluran distribusi.

- a. Kegiatan, kegiatan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pemilik usaha ataupun pekerja dalam menjalankan usahanya
- b. Konsumen, para pembeli produk yang ditawarkan, untuk mengembangkan usahanya pengusaha harus membidik konsumen yang berada diluar wilayah
- c. Pasar, tempat untuk menawarkan atau menjual produk kepada para konsumen. Jika konsumen membeli produk dengan jumlah yang banyak maka jumlah produksi akan meningkat seiring dengan tingkat kebutuhan konsumen.
- d. Laba, jika pengusaha telah memperoleh laba ataupun keuntungan maka kegiatan peningkatan pendapatan dan biaya-biaya pengeluaran harus tetap diperhatikan
- e. Nilai Produk, nilai produk adalah nilai yang melekat pada suatu produk. Setiap konsumen yang melakukan pembelian suatu produk akan mempertimbangkan

nilai produk yang akan diperoleh setelah melakukan pembelian.

- f. Saluran Distribusi, Distribusi dalam perusahaan adalah kegiatan penyaluran produk. Kegiatan penyaluran dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui pihak perantara kepada konsumen.

Ada beberapa strategi pengembangan bisnis yang efektif diantaranya:

- 1) Membangun Merk

Merek atau *brand* adalah tanda pengenal dari suatu produk sebagai pembeda dengan produk lain. Jika konsumen melihat merk produk tersebut maka mereka langsung mengetahui bahwa itu adalah produk kita. Jadi untuk mendapat perhatian dari khalayak banyak maka seorang pengusaha harus mampu meyakinkan konsumen terhadap merk produk yang kita pasarkan.

- 2) Menambah Modal

Modal sangat berperan penting dalam kegiatan bisnis, karena jika modal yang dimiliki memadai maka segala aktivitas usaha akan berlangsung dengan lancar, begitupun sebaliknya, hal ini tentunya akan meningkatkan hasil produksi sekaligus mendatangkan keuntungan. Dengan demikian pengembangan usaha akan dapat dilakukan.

- 3) Strategi Penjualan Yang Tepat

Strategi pengembangan bisnis tidak lepas dari strategi penjualan yang digunakan. dimana kita harus memburu calon konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama. Hal ini bertujuan agar produk kita tetap mendapat tempat di pasaran

4) Mengoptimalkan Analisis SWOT

Analisi SWOT bertujuan untuk mengetahui kondisi yang terjadi dalam perusahaan. Adanya penerapan analisis SWOT (*strength, weakness, Opportunity dan Threat*) maka pengusaha diharapkan mampu meminimalisir segala kerugian yang ada dan mengubahnya menjadi sebuah keuntungan yang akan diperoleh. Ini tentunya akan sangat membantu pengusaha karena mereka akan mengetahui kondisi usaha yang sedang dijalankannya

5) Melakukan Inovasi

Inovasi tidak kalah penting dalam pengembangan usaha, inovasi sangat diperlukan agar produk yang kita tawarkan laku dipasaran dan memenangkan persaingan. Adanya pemikiran baru tentang suatu produk tentunya akan memberikan sentuhan baru terhadap produk agar sesuai tren. Setiap pengusaha harus mampu melakukan inovasi dari waktu ke waktu agar bisnisnya dapat berkembang. Sedangkan strategi pengembangan usaha menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

2. Strategi Pemasaran

Kebanyakan orang beranggapan bahwa konsep pemasaran tidak ada bedanya dengan konsep penjualan dan promosi/periklanan. Padahal sebenarnya promosi/periklanan hanya sebagian kecil dari konsep pemasaran. Target suatu bisnis adalah adanya perolehan profit ataupun laba. Menurut Chandra (2002:93) strategi pemasaran adalah rencana perusahaan yang berisi tentang ekspektasi perusahaan terhadap dampak akibat aktivitas atau pemasaran terhadap permintaan produk dipasar sasaran

tertentu. Menurut Kotler dan Keller urutan penciptaan dan menghantarkan nilai melalui 3 fase yaitu:

- a. Fase memilih nilai, bagian pemasaran harus mensegmentasikan pasar, memilih sasaran pasar yang tepat agar permintaan produk tetap laku dipasaran
- b. Fase menyediakan nilai, pemasar harus menentukan fitur produk tertentu, mulai dari harga, promosi dan distribusi
- c. Fase mengomunikasikan nilai, kegiatan ini dilakukan dengan mendayagunakan tenaga penjualan, promosi penjualan, iklan dan sarana komunikasi lain untuk mempromosikan produk, agar produk lebih dikenal oleh para konsumen.

Ada beberapa konsep yang ada dalam pemasaran. Kotler and Keller (2012:9-11) mengidentifikasi konsep dari inti pemasaran yaitu:

- a. *Need, wants and demand*, pemasar harus paham mengenai kebutuhan, keinginan, dan permintaan yang ada dipasar sasaran. Keinginan seseorang dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman, kebudayaan, pendidikan, dan lainnya.
- b. *Target markets, positioning, and segmentation*, kegiatan ini berisi tentang pengelompokan pasar kedalam segmen tertentu.
- c. *Offering and brand*, berkaitan dengan nilai terhadap suatu produk yang ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.
- d. *Value and satisfaction*, kesesuai antar kinerja produk dengan keinginan konsumen akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen yang melakukan pembelian.
- e. *Marketing channels*, pemasar menggunakan 3 jenis saluran pemasaran, yaing meliputi, penyampaian dan

menerima pesan kepada dan dari pasar sasaran, memberitahukan produk atau jasa kepada pembeli, dan menyelenggarakan transaksi dengan pembeli potensial yang melibatkan *warehouse*, perusahaan transportasi, bank dan perusahaan asuransi untuk memfasilitasi transaksi.

- f. *Supply Chain*, menggambarkan tentang bahan baku, produk akhir sampai ke pembeli akhir.
- g. *Competition*, mencakup seluruh pesaing
- h. *Marketing Environment*, melingkup perusahaan, pemasok, distributor, konsumen dan pihak lain yang mempunyai kepentingan.
- i. *Exchange and transactions*, pertukaran adalah proses perolehan suatu produk dari pihak tertentu lewat penawaran. Dalam kegiatan pertukaran kedua pihak bernegosiasi untuk memperoleh kesepakatan.

Menurut Porter dalam Husein Umar (2003), jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam menghadapi ketatnya persaingan perusahaan harus memilih prinsip berbisnis sebagai berikut:

- 1) Strategi diferensiasi, dimana perusahaan membuat keputusan agar membangun persepsi pasar potensial tentang suatu produk/ jasa agar produk atau jasa tersebut mempunyai keunggulan tersendiri
- 2) Strategi Kepemimpinan biaya menyeluruh, perusahaan lebih fokus kepada pesaing dari pada pelanggan dengan cara memfokuskan harga jual produk yang murah, sehingga biaya produksi, promosi maupun riset dapat ditangani.
- 3) Strategi Fokus, Perusahaan mengkonsentrasikan pada pangsa pasar yang kecil untuk menghindari ketatnya

persaingan dengan menggunakan strategi kepemimpinan biaya menyeluruh atau diferensiasi.

Dalam pemasaran ada 8 keadaan permintaan yang mungkin terjadi:

- a) Permintaan Negatif, dimana semua atau sebagian target sasaran yang dianggap mempunyai potensial tidak menyukai produk atau jasa yang ditawarkan
- b) Tidak ada permintaan, dimana konsumen tidak memiliki ketertarikan sama sekali terhadap produk atau jasa yang ditawarkan
- c) Permintaan Latent, dimana sebagian besar keinginan konsumen lebih tinggi sehingga produk yang diinginkannya tidak ditemukan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan
- d) Permintaan menurun, kondisi dimana permintaan barang atau jasa mengalami penurunan, hal ini akan terus terjadi apabila tidak dilakukan serangkaian proses pemasaran.
- e) Permintaan tidak teratur, pola permintaan terhadap barang atau jasa pada saat-saat tertentu dipengaruhi oleh fluktuasi musim ataupun yang lainnya
- f) Permintaan Penuh, adalah ketika keadaan yang diinginkan terhadap permintaan yang sekarang sama dengan tingkat permintaan yang terjual
- g) Permintaan berlebihan, peristiwa dimana tingkat kebutuhan lebih tinggi dari jumlah penawaran
- h) Permintaan tidak sehat, suatu permintaan terhadap produk atau jasa yang dinilai kurang baik terhadap kesejahteraan konsumen dan penyedia

3. Realitas pemasaran Online

Pemasar diharapkan mampu melihat segala perkembangan yang signifikan sebagai realitas pemasaran online diantaranya:

- a. Kekuatan kemasyarakatan utama yang mencakup teknologi informasi jaringan, globalisasi, persaingan dan lain- lain
- b. Kemampuan baru konsumen yang meliputi peningkatan terhadap kegiatan daya beli, sehingga memudahkan consume dalam melakukan segala kegiatan transaksi ataupun yang lainnya
- c. Kemampuan baru perusahaan, dimana perusahaan dapat melakukan pemasaran dengan memanfaatkan internet, komunikasi lebih cepat melalui internet, pemasaran target lebih mudah dan sebagainya.

4. Singkong (*Manihot Esculenta Crantz*)

Ketela pohon adalah tanaman pangan berupa perdu atau lebih dikenal sebagai ubi kayu ataupun singkong. Ubi kayu bukanlah tanaman yang berasal dari Indonesia, melainkan berasal dari Negara brazil atau benua Amerika. Dengan adanya potensi yang dimiliki oleh singkong, orang-orang menjadikannya sebagai bahan makanan pokok termasuk penduduk asli Amerika Selatan bagian Utara. Pada tahun 1.810 pada abad ke-16 keberadaan singkong diperkenalkan oleh Portugis yang dibawa dari Brazil dan ditanam secara komersial di wilayah Indonesia. Pembudidayaan singkong yang semakin meluas terjadi pada abad ke-20 diiringi dengan pertumbuhan penduduk pulau Jawa yang pesat.

Singkong merupakan tanaman budi daya yang memiliki nilai ekonmi yang tinggi. Umbi singkong berbentuk lonjong dimana bagian tengah singkong

mengembung dengan kedua sisi mengerucut. Daging umbi singkong berwarna putih hingga kekuningan. Adanya perawatan singkong yang baik akan sangat menentukan kualitas umbi yang dihasilkan. Sebelum mengkonsumsi singkong, singkong dapat dicuci, direbus, dipanaskan, dikeringkan, ataupun dikukus untuk mengurangi asam sianida yang terkandung didalam singkong.

Dengan kandungan karbohidrat yang tinggi dan gizi yang terkandung didalamnya membuat singkong ini dijadikan sebagai pengganti nasi. Selain itu dapat juga diolah menjadi berbagai macam bentuk makanan, salah satunya dapat diolah menjadi keripik singkong. Keripik singkong diparut menggunakan parutan singkong ataupun mesin pamarut sehingga menghasilkan tekstur yang tipis, hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam penggorengan. Dengan tekstur yang garing dan rasa yang gurih membuat banyak orang ketagihan untuk mengkonsumsinya.

Keripik singkong dijual ke warung ataupun pasar dengan kemasan plastik. Banyak produsen yang telah mengemasnya dengan pengemasan yang modern sehingga membuat keripik singkong ini menjadi salah satu cemilan yang modern.

5. Peralatan

Beberapa peralatan yang diperlukan dalam pembuatan keripik singkong adalah sebagai berikut:

No	Alat	Jumlah	Total Harga
1.	Parutan Singkong	3	@60.000 × 3 = Rp 180.000
2.	Wajan	2	@140.000 × 2 = Rp280.000
3.	Kompore	2	Rp.300.000

4.	Wadah		Rp.150.000
5.	Saringan Minyak	2	@ 45.000 × 2 = Rp.90.000
6.	Lain- Lain		Rp.500.000
Total			Rp. 1.500.000

6. Bahan

Bahan baku yang digunakan adalah ubi kayu atau singkong. Dimana bahan baku tersebut diperoleh dari petani sekitar di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal untuk menjamin kualitas singkong yang akan diproduksi. Tetapi apabila bahan baku tidak diperoleh dari masyarakat maka pemilik usaha membeli bahan baku dipasar. Untuk lebih rinci, bahan yang diperlukan dalam pembuatan keripik singkong yaitu:

- Singkong
- Garam
- Minyak
- Cabe Merah
- Berbagai penyedap rasa andalan
- Bumbu lainnya

7. Proses Pembuatan Keripik Singkong

- Kupas Singkong



- b. Singkong yang sudah dikupas selanjutnya dicuci sampai bersih dan higienis



- c. Langkah selanjutnya singkong yang sudah bersih di parut menggunakan parutan singkong agar bentuknya tipis sehingga memudahkan dalam penggorengan



- d. Penggorengan Singkong, singkong digoreng sampai berwarna kuning keemasan.



- e. Setelah singkong berwarna kuning keemasan, singkong diangkat untuk ditiriskan



- f. Setelah selesai tahap penirisan, selanjutnya pencampuran singkong dengan bumbu- bumbu yang telah disediakan



- g. Setelah semuanya selesai langkah selanjutnya adalah proses pengemasan



h. Keripik singkong yang sudah dikemas siap dipasarkan



8. Aspek keuangan usaha keripik singkong

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik usaha keripik singkong, maka secara ringkas aspek keuangan usaha keripik singkong dijabarkan sebagai berikut:

Jumlah Produksi dalam 1 Bulan $\pm$ 1.750 Bungkus

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| a. Peralatan | = Rp.1.500.000 |
| b. Bahan Baku | = Rp.1.800.000 |
| c. Gaji Karyawan | = Rp.3.500.000 |
| d. Jumlah | = Rp.6.800.000 |
| e. Modal | = Rp.6.800.000 |
| f. Keuntungan $40\% \times 6.800.000$ | = Rp. 2.720.000 |
| g. Modal + Keuntungan | = Rp.6.800.000 + Rp. 2720.000 |
| | = Rp.9.520.000 |

9. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong

Dari kegiatan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber, maka dapat diketahui strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha keripik singkong di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal adalah dengan menggunakan analisis Swot sebagai berikut:

Strenght (Kekuatan)	1. Mempunyai rasa yang gurih dan unik
	2. Memiliki pelanggan tetap

	3. Pangsa pasar yang luas
Weakness (Kelemahan)	
	1. Kurangnya pemasaran
	2. Tempat dan proses produksi masih tradisional
	3. Lokasi kurang strategis
	4. Packaging nya masih sederhana
Opportunity (Peluang)	
	1. Harga produk terjangkau
	2. Banyak Peminat
	3. Produk telah dikenal di pasaran
Threats (Ancaman)	1. Ketatnya Persaingan
	2. Banyaknya usaha sejenis

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui analisis Swot pada usaha keripik singkong adalah seperti yang diuraikan dibawah ini:

a. Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)

Strategi ini maksudnya adalah memanfaatkan semua kekuatan yang dimiliki usaha untuk merebut peluang sebesar-besarnya. Cara yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha adalah dengan meningkatkan kualitas produk agar permintaan terus meningkat. Hal ini sangat perlu dilakukan agar konsumen tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan.

b. Strategi S-T (Kekuatan-Ancaman)

Strategi yang dilakukan pebisnis dari segala kekuatan yang dimilikinya untuk menangani ancaman yang ada. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan membuat berbagai inovasi agar produk yang ditawarkan tidak kalah dengan produk pesaing dan mempunyai daya tarik tersendiri dibandingkan dengan produk-produk sejenis lainnya yang ada dipasaran. Salah satu inovasi yang harus dilaksanakan adalah dengan melakukan inovasi melalui rasa sekaligus pengemasan yang modern agar konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian.

c. Strategi W-O (Kelemahan-Peluang)

Strategi yang digunakan adalah mengoptimalkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir segala kelemahan yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan inovasi terhadap proses produksi untuk meningkatkan volume penjualan, karena dengan melakukan inovasi maka seluruh aktivitas usaha tidak akan menghabiskan waktu dan menghemat biaya. Di era globalisasi seperti saat ini tentunya setiap pebisnis diharapkan mampu melakukan perubahan untuk meningkatkan efektivitas usaha.

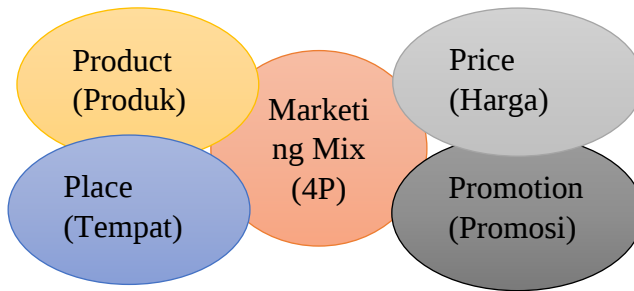
d. Strategi W-T (Kelemahan -Ancaman)

Strategi ini ditetapkan untuk meminimalisir kelemahan yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi yang harus digunakan yaitu dengan melakukan pemasaran melalui media sosial agar produk lebih dikenal konsumen, hal ini sangat perlu dilakukan karena seluruh konsumen pada saat ini bergelut di media sosial. Di zaman modern seperti saat ini tentunya banyak media yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana

promosi, diantaranya dapat dilakukan melalui Facebook, Instagram dan lain sebagainya. Dengan melakukan promosi usaha yang dijalankan akan dapat berkembang.

10. Strategi Pemasaran Usaha Keripik Singkong

Strategi pemasaran yang digunakan usaha keripik singkong ini dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dengan memanfaatkan strategi *marketing mix*, strategi ini bertujuan untuk mempengaruhi respon pasar sasaran. Adapun *strategi marketing mix* yang biasa kita kenal dengan 4 P adalah sebagai berikut:



a. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan adalah keripik singkong, meskipun terbilang sederhana, keripik singkong ini telah memiliki banyak pelanggan karena cita rasa unik yang dimilikinya. Inilah yang membedakan usaha keripik singkong ini dengan keripik singkong pada umumnya. Dengan kualitas rasa yang dimiliki produk ini membuatnya bertahan di era persaingan yang semakin ketat.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang akan dibayar konsumen atas produk yang telah dibelinya. Harga adalah komponen yang sangat penting dalam

pemasaran karena dengan harga yang ditargetkan konsumen akan mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Karena pada kenyataannya harga sangat menentukan factor pembelian konsumen. Usaha keripik singkong ini dijual dipasaran dengan harga relative murah sehingga bisa dibeli oleh konsumen kalangan atas, menengah dan bawah. Keripik singkong ini dijual kisaran harga Rp. 5.000 per bungkus

c. *Place* (Tempat)

Lokasi usaha keripik singkong ini berada di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal. Lokasi usaha keripik singkong ini masih kurang strategis. Padahal dalam mendistribusikan produk seharusnya berada di lokasi yang mudah diakses oleh konsumen.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang dilakukan usaha keripik singkong ini dalam pemasaran produk masih kurang efektif, dimana promosi yang dilakukan masih dari mulut –kemulut. Di era modern sekarang tentunya promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media sosial agar produk lebih dikenal oleh konsumen. Promosi merupakan suatu proses yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan ataupun penjual, karena promosi menduduki posisi penting di dalam meningkatkan volume penjualan. Promosi dari mulut ke mulut rasanya kurang efektif mengingat perkembangan teknologi yang semakin modern.

KESIMPULAN

Usaha atau bisnis sangat berperan penting dalam peningkatan perekonomian masyarakat. Untuk itu diharapkan adanya kemauan dan keahlian masyarakat dalam mengelola usaha ataupun bisnis. Di zaman sekarang bisnis sangat menjanjikan karena ada banyak peluang yang harus kita manfaatkan semaksimal mungkin. Setiap usaha yang dijalankan tentunya selalu dihadapkan dengan berbagai macam bentuk persaingan. Maka dari itu setiap pebisnis diharapkan mampu bersaing dan bertahan dipasaran, dengan menggunakan berbagai macam strategi. Strategi sangat perlu dirumuskan dalam tujuan pencapaian usaha, baik pencapaian keuntungan jangka panjang maupun keuntungan jangka pendek. Strategi akan menjamin usaha bertahan sekaligus berkembang kedepannya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti paparkan diatas, maka dapat diketahui bahwa srategi pengembangan dan pemasaran mempunyai peranan penting terhadap peningkatan volume penjualan. Ada banyak strategi pengembangan dan pemasaran yang dilakukan agar usaha tetap berjalan lancar. Dalam strategi pengembangan, usaha keripik singkong di Desa Tolang Kec. Ulu Pungkut Kab. Mandailing Natal memanfaatkan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan dengan cakupan sebagai berikut: *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) serta *Threat* (Ancaman). Analisis Swot yaitu teknik yang berguna untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat diaplikasikan dalam pelaksanaan usaha ataupun bisnis.

Dengan demikian analisis ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha yang sedang dijalankan. Analisi Swot merupakan senjata yang sering dipergunakan dalam

dunia bisnis. Analisis Swot bermanfaat dalam pencapaian usaha yang telah ditargetkan sebelumnya, sehingga analisis swot sering dianggap sebagai teknik analisis yang praktis. Analisis Swot dapat membantu perusahaan untuk memperoleh gambaran jelas tentang usahanya sekaligus mengetahui strategi untuk memaksimalkan segala kekuatan yang dimiliki usaha. Selain itu, analisis Swot juga mampu melihat peluang sehingga bertujuan untuk meminimalkan kelemahan. Sedangkan untuk strategi pemasaran usaha keripik singkong ini menggunakan strategi marketing mix atau biasa kita kenal dengan bauran pemasaran. Kegiatan pemasaran mendeskripsikan tentang penyaluran suatu produk atau jasa, pemberian harga dan promosi, untuk itu rencana pemasaran merupakan rencana terpenting dalam menjalankan bisnis. Dengan adanya pemasaran tersebut maka dapat menarik perhatian konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Berdasarkan Hasil Wawancara dengan ibuk Masna Goro. 5 Agustus 2022. Di Desa Tolang
- Chandra. (2002). *Strategi & Program Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset
- David. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep. Edisi Sepuluh*. Jakarta. Salemba Empat
- Hamali, A. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Hardjanto. Dkk. (2005). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu

- Hendro.(2011). *Dasar- Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta. Erlangga
- Umar, H. (2003). *Strategic Management In Action*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kahle. (1990). *Marketing Management*.New York
- Keller.K .(2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta. Erlangga
- Mardiah, N. (2019). *Strategi Pengembangan Produk dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Sriwijaya Donat Palembang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Univeristas Muhammadiyah Palembang
- Musfar, T. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Nasution. E. (2007). *Tulila: Muzik Bujukan Mandailing*. Malaysia. Areca Books
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng UD Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*.Vol. 6 (2)
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta
- Suryati, L (2015) *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Syamril. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Lakita Cell di Kota Makassar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah : Makassar

- Tjiptono.(2000). *Stategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta
- Tull and Kahle.(1990). *Marketing Management*. New York.
Mcmillan Publishing Company
- Wafi, A. (2019). *Analisis Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD Tiga Saudara*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
Universitas Wiraraja

PERTANIAN MENGGUNAKAN AKAD MUKHABARAH SEBAGAI PENUNJANG EKONOMI MASYARAKAT

Olivia Yolanda

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: oliviayolanda880@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pertanian adalah bentuk pemanfaatan tanah dan kekayaan alam yang ada. Dengan melakukan kegiatan pertanian, maka masyarakat ikut melestarikan tanah yang terbengkalai. Kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah adalah salah satu kerjasama bagi hasil di dalam bidang pertanian yang biasa dilakukan oleh masyarakat secara turun-temurun. Kerjasama mengedepankan prinsip saling percaya dan tolong menolong membantu pemenuhan kebutuhan pangan dengan bagi hasil yang dilakukan antara pengelola atau pemilik lahan dengan petani penggarap atau pengelola, masyarakat Tanjung Medan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah sebagai penunjang ekonomi masyarakat Tanjung Medan. Penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan informasi, data untuk menemukan gejala yang ada. Data didapat dari wawancara yang kemudian berupa informasi yang dikumpulkan dalam bentuk teks dan digambarkan dengan kata-kata untuk memahami fenomena yang terjadi secara langsung. Penggunaan uji keabsahan data dalam penelitian ini dengan teknik ketekunan pengamatan, triangulasi, dan kecukupan referensi demi mendapatkan data yang akurat didukung oleh data pembandingan dari luar yang didapatkan dari berbagai sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah oleh masyarakat memiliki peran penting dalam peningkatan kesejahteraan dan menunjang ekonomi. Khususnya bagi masyarakat Tanjung Medan yang menerapkan sistem kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah yang menggantungkan kebutuhan pangan dan pendapatannya dari pertanian.

Kata Kunci : Pertanian , Mukhabarah, Bagi Hasil Ekonomi

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang luas dan subur dengan berbagai kekayaan alam terdapat didalamnya. Kekayaan alam baik itu tanah, sungai, danau, hutan, menjadikan wilayah Indonesia dikenal subur dan agraris. Allah menciptakan kekayaan alam agar manusia mampu mengolah, menjaga dan melestarikannya, bukan hanya berdiam diri. Rakyatnya harus mampu memanfaatkan itu semua dalam pemenuhan kebutuhan tanpa merusaknya. Kekayaan alam diciptakan untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi bukan untuk dibiarkan terbengkalai begitu saja. Manusia sebagai makhluk berakal harus mampu melakukan usaha dalam pemanfaatan kekayaan alam yang ada di bumi. Sebagaimana firman Allah SWT (QS. Al Jasyah ayat 13):

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ
يَتَفَكَّرُونَ

dan (Dialah) yang menundukkan kepada kalian apa yang ada di langit dan yang ada di bumi untukmu semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sungguh, dalam hal yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir. (Departemen Agama RI, 2007: 499)

Kegiatan pertanian yang umumnya dilakukan masyarakat Tanjung Medan memang untuk sawah dan tanaman padi. Kegiatan pertanian ini memiliki banyak hubungan dengan kebiasaan alami masyarakat khususnya Indonesia. Sebagai negara agraris, bahan utama makanan pokok rakyat Indonesia yaitu nasi. Kegiatan pertanian tentunya berperan penting dalam menghasilkan bahan pangan pokok untuk memenuhi kebutuhan energi dalam beraktivitas sehari-hari.

Menurut Muhammad Syafi'i dalam Meri Andani (2020) Mukhabarah adalah kerjasama pengolahan dalam bidang pertanian antara pemilik lahan dan penggarap lahan, dimana pemilik lahan akan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami serta dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (Presentase) dari hasil panen dimana semua biaya pengolahan dan benih berasal dari penggarap. Hal ini juga menerapkan ajaran Rasulullah SAW yang melarang keras untuk menyia-nyiakan harta, dalam Ana Liana Wahyuningrum, Darwanto (2020) dapat dilihat bahwa Islam tidak menyukai lahan pertanian dikosongkan tanpa dimanfaatkan seperti Sabda Nabi: "Sesungguhnya Rasulullah tidak mengharamkan bagi hasil dalam bertani, tapi Rasulullah memerintahkan supaya sesama manusia saling tolong menolong. Beliau bersabda : Barang siapa yang memiliki tanah, hendaknya ia harus menanaminya atau ia berikan kepada saudaranya. Jika ia enggan, maka ia sendiri harus menggarap tanahnya." (HR. Bukhari dari Ibn Abbas). Masyarakat Tanjung Medan melakukan kegiatan pertanian dalam menunjang perekonomian mereka menggunakan akad Mukhabarah. Jenis akad yang digunakan tanpa memerlukan saksi melainkan suatu kesepakatan yang dilakukan antara pihak pemilik lahan atau pemodal dan penggarap sebagai pengelola sawah atau masyarakat Tanjung Medan. Petani di Tanjung Medan melakukan panen yang umumnya dua kali setahun. Jenis padi yang ditanam berbeda sesuai dengan yang biasa mereka tanam dan kemudian hasilnya dijual dan juga untuk kebutuhan pangan keluarga mereka. Masyarakat seringkali tidak paham akad apa yang mereka pakai dan kenapa akad itu menguntungkan, juga apa saja yang membuat akad bagi hasil tersebut dapat mempengaruhi ekonomi. Di

dalam penelitian yang diambil sebagai rujukan hal ini sudah dibahas dan juga hal ini terjadi di Tanjung Medan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa masyarakat Tanjung Medan sudah melakukan kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah secara turun temurun. Permasalahan yang akan terjadi selama prosesnya dan apakah kegiatan ini sebagai penunjang ekonomi menguntungkan atau malah merugikan masyarakat tidak benar-benar diperhatikan karena adanya unsur kerelaan dari pihak yang terlibat. Maka peneliti ingin dan tertarik untuk meneliti semua kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah yang ada di Tanjung Medan dan bagaimana kegiatan pertanian tersebut mampu sebagai penunjang ekonomi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian yang didapatkan ini merupakan penggambaran atau deskriptif yang dijelaskan dengan kata-kata agar dapat difahami dengan jelas fenomena yang terjadi secara langsung. Objek penelitian ini adalah penerapan kegiatan pertanian menggunakan Akad Mukhabarah di Tanjung Medan. Instrumen yang digunakan adalah pendapat penggarap sawah atau petani, masyarakat di Tanjung Medan yang disebut oleh peneliti sebagai responden dalam wawancara.

PEMBAHASAN

1. Kegiatan Pertanian di Tanjung Medan

Wilayah Tanjung Medan merupakan bagian dari kenagarian Bukik Batabuah di Kecamatan Candung,

daerah Kabupaten Agam, pada Provinsi Sumatera Barat. Daerah yang subur menjadikan masyarakatnya hidup makmur dengan memanfaatkan lahan yang ada. Hampir semua masyarakat yang tinggal di Tanjung Medan melakukan kegiatan pertanian dalam mencukupi kebutuhannya. Baik itu dengan jenis tanaman cabe, terung, bawang maupun padi. Kebanyakan masyarakat lebih memilih padi karena sumber air yang mudah didapatkan.

Tanaman cabe, terong, bawang dan tanaman berumur pendek lainnya juga bisa dilakukan masyarakat. Tanaman ini sayangnya memiliki kekurangan, selain lama waktu panen tidak terlalu dapat ditentukan, banyak sekali halangan yang menyertainya termasuk sumber air yang hanya bisa didapatkan dari hujan. Sumber air adalah aspek penting dalam kegiatan pertanian, karena kalau dibiarkan saja tanah perkebunan menjadi basah, tentunya tanaman akan cepat busuk dan layu, sedangkan apabila dibiarkan kering tanaman juga layu dan mati. Lama waktu panen dari terong, cabe, dan bawang tidak bisa selalu sama. Curah hujan yang tinggi menyebabkan waktu panen dapat lebih cepat karena tidak ada masalah seperti kekeringan. Curah hujan yang rendah membuat tanaman lebih cepat mati karena kekurangan air sebagai nutrisi akar.

Hal tersebut didukung dengan pendapat responden saat wawancara. Kami tidak terlalu sering menanam cabe dan terong karena untuk airnya susah. Harus tunggu hujan agar mereka subur, kalau tidak ada turun hujan kami kesulitan. Kadang tanaman itu mati kekeringan, belum sempat ada hasilnya sudah harus diganti lagi bibitnya dengan yang baru. Harus kami ulang lagi pupuk dan menyuburkan tanahnya. Tanaman cabe biasanya 4 bulan bisa panen, tapi kalau sudah banyak mengulang bibit bisa

lebih lama lagi kami tunggu hasilnya. Kami lebih memilih tanaman padi, karena hasilnya jelas, setiap 6 bulan sekali kami akan panen lalu membagi keuntungan dengan pemilik lahan. Kalau dalam 6 bulan ternyata hasil padi kami gagal. Kami akan memberi tahu pemilik lahan, sehingga akan kita sepakati nanti apakah akan tetap mengolah padi atau beralih ke tanaman lain. (Wawancara dengan Adi Johan, 2022).

Kegiatan pertanian yang dilakukan masyarakat, sebagai upaya yang dilakukan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki. Lahan pertanian yang dibiarkan terbengkalai diolah maka akan ada hasilnya. Selain itu juga dapat membentuk lapangan pekerjaan bagi seorang yang ahli dalam bertani. Masyarakat Tanjung Medan yang semula hanya dapat menjadi buruh harian dengan mengerjakan pekerjaan sawah ketika diupah akhirnya dapat memanfaatkan keahliannya ke dalam lahan yang ia kerjakan.

Menggunakan keahlian dalam mengolah tanah dapat mengatasi masalah hama dan tanah kering. Tanah yang tidak diolah akan menjadi lahan untuk ditanamai berbagai tumbuhan. Salah satu tumbuhan yang bisa ditanam adalah padi. Padi sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia dalam mencukupi kebutuhan energi hariannya. Padi yang dijual dapat menambah devisa negara dengan harga yang bersaing.

Hal di atas sejalan dengan penelitian Ibrahim, Irmayani, A.Erna Sriwahyuingsih (2021). Kegiatan Pertanian adalah suatu pemanfaatan sumber daya alam yang dilakukan oleh manusia dalam menghasilkan bahan pangan. Semua kegiatan pemanfaatan sumber daya alam hayati adalah termasuk kedalam bidang pertanian biasa

dipahami orang sebagai budidaya tanaman. Pertanian adalah hal yang sangat penting dalam pembangunan, yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan pangan penyedia bahan mentah untuk industri, penyedia lapangan kerja, dan penyumbang devisa negara.

Menurut Hendi Suhendi dalam Meri Andani, (2020) Setiap manusia hidup dengan bermasyarakat, saling tolong menolong ketika menghadapi berbagai persoalan dalam pemenuhan kebutuhan antara kebutuhan yang satu dengan yang lain. Ketergantungan seseorang kepada orang lain bisa dirasakan ketika manusia itu lahir, setelah ia dewasa tidak ada manusia yang serba bisa melakukan apa saja. Seseorang hanya ahli dalam bidang tertentu , seperti seorang petani yang mampu (dapat) menanam ketela pohon dan menanam padi dengan baik tetapi dia tidak mampu membuat alat pertanian seperti cangkul. Jadi, petani juga mempunyai ketergantungan kepada orang-orang yang memiliki keahlian dalam pandai besi yang mampu membuat cangkul, juga sebaliknya, orang yang ahli dalam pandai besi ini tidak memiliki waktu untuk menanam padi, padahal makanan pokok seorang pandai besi adalah beras. Jadi baik orang pandai besi dan petani saling memiliki ketergantungan.

Dengan melakukan kegiatan pertanian, sebagai manusia yang berakal adalah mampu memanfaatkan kekayaan alam yang ada. Tidak merusak melainkan melestarikan bahkan mengolahnya. Masyarakat di Tanjung Medan melakukan kegiatan pertanian dengan cara menggarap sawah dari pemilik lahan. Hal tersebut mereka lakukan karena tidak memiliki lahan sendiri atau sudah memiliki lahan tetapi luas lahan yang dimiliki tidak terlalu luas. Masyarakat Tanjung Medan mengedepankan

kegiatan pertanian yang mereka lakukan sebagai upaya untuk saling tolong menolong dari masyarakat sebagai penggarap atau pengelola dan pemilik lahan sebagai pemodal.

Kegiatan pertanian yang dilakukan masyarakat Tanjung Medan sebelumnya melalui proses akad. Dimana pemilik bersedia menyerahkan lahannya untuk dikelola. Masyarakat Tanjung Medan bersedia untuk mengelola lahan yang ditawarkan oleh pemilik lahan. Kami biasanya melakukan kegiatan pertanian hampir setiap tahun dan turun temurun. Pemilik lahan memberikan lahan mereka karena mereka memiliki suatu kesibukan sehingga takut lahan tersebut terbelengkalai. Sementara kami memutuskan untuk melakukan kegiatan pertanian dengan lahan mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari kami juga untuk kebutuhan ekonomi. Kami membantu pemilik lahan dalam mengolah sawah mereka, pemilik lahan terbantu dengan keterampilan kami. (Wawancara dengan Helmi Yulia, 2022).

Kegiatan pertanian yang dilakukan masyarakat Tanjung Medan adalah pertanian padi. Hasil yang didapatkan dari pertanian padi lebih jelas dan jangka waktunya juga teratur, 6 bulan sekali. Kegiatan pertanian adalah upaya dalam pemanfaatan sumber daya kekayaan alam yang ada. Kegiatan pertanian yang dilakukan masyarakat menggunakan prinsip saling membantu dimana prinsip ini dilakukan oleh pemodal/pemilik lahan dengan penggarap lahan di daerah masyarakat Tanjung Medan.

2. Pelaksanaan Akad Mukhabarah

a. Pelaksanaan Akad Mukhabarah

Akad menurut Muhammad Syafi'i dalam Meri Andani (2020), yang dimaksud dengan akad secara etimologi adalah ikatan antara dua macam, baik ikatan secara nyata maupun maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi, secara terminologi, ulama *fiqh* membagi akad yang dilihat dari dua segi, yaitu secara umum dan secara khusus. Diman akad secara umum ini adalah sesuatu yang dilakukan seseorang berdasarkan keinginannya sendiri, seperti halnya *waqaf*, *talak*, pembebasan atau sesuatu yang membutuhkan keinginan dari dua orang, seperti kegiatan jual beli, perwakilan dan proses gadai. Akad secara khusus merupakan pengaitan ucapan salah seorang yang berakad dengan yang lainnya secara syara' baik pada segi yang tampak serta berdampak pada objeknya.

Dasar hukum akad dalam Al Qur'an adalah Q.S Al Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُجْلَى الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki. Departemen Agama RI (2007)

Ayat tersebut dalam Yuli Kartika Hutasusut dan RB Harahap (2022) adalah ayat yang dapat menerangkan tentang setiap melakukan perjanjian kerjasama antara

pihak satu dan pihak lainnya untuk kepentingan bersama, maka hal itu hukumnya wajib melakukan perjanjian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, baik pemilik lahan sebagai pemodal dengan pengelola masyarakat Tanjung Medan melakukan suatu akad kerjasama di awal. Pemilik modal menyatakan kesediaan lahannya ditanami padi oleh pengelola sementara pengelola menyatakan kesediaannya untuk mengolah sawah. Hasil yang didapatkan nanti dibagi satu pertiga. Sepertiga diberikan kepada pemilik lahan, dan satu pertiga bagian untuk petani yang penggarap lahan sedangkan satu pertiga bagian lagi untuk biaya modal dalam proses pengolahan sawah. Dalam kesepakatan kerjasama yang dilakukan, tidak disertai saksi hanya persetujuan dari pihak pemilik lahan dengan pengelola.

Menurut Neila Hifzhi Siregar (2019) Akad ini berasal dari bahasa arab yang memiliki arti ikatan, sambungan, janji, persetujuan, pengokohan, dan penegasan. Sedangkan menurut istilah, akad adalah suatu perkumpulan yang langsung, serah terima secara langsung tatap muka diantara dua belah pihak atau dimana perkataan seseorang yang berjanji kepada orang lain untuk melakukan sesuatu kegiatan.

Dalam Ana Liana Wahyuningrum, Darwanto (2020) Ulama Syafiiyyah mengatakan bahwa mukhabarah ini adalah suatu cara mengelola tanah di atas sesuatu yang dihasilkannya dan benihnya ini berasal dari petani penggarap. Sedangkan menurut Syaikh Ibrahim Al Bajuri yang mengatakan bahwa yang dimaksud dengan mukhabarah adalah ketika pemilik lahan hanya

menyerahkannya lahannya kepada petani penggarap sementara modal berasal dari pengelola.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kerjasama kegiatan pertanian di Tanjung Medan sudah sesuai dengan akad Mukhabarah. Pemodal atau pemilik lahan melakukan suatu perjanjian kerjasama. Pemodal atau pemilik lahan yang tidak mampu mengolah lahannya meminta pengelola dalam hal ini masyarakat sebagai petani penggarap untuk menentukan benih yang akan mereka tanam dengan kesepakatan kerjasama di awal dan bagi hasilnya juga ditetapkan di awal yakni sepertiga bagian untuk pemilik lahan, dan satu pertiganya untuk petani penggarap lahan sedangkan satu pertiganya lagi digunakan dalam biaya modal ketika proses pengolahan sawah.

b. Rukun Mukhabarah

Rukun mukhabarah ada 3 dalam Meri Ardani (2020) yaitu, Subjek Perjanjian, *Ma'qud Alaih*, serta *Ijab* dan *Qabul*. Hal ini dapat dipersamakan dengan yang dilaksanakan masyarakat Tanjung Medan sesuai wawancara dengan responden dan pengamatan peneliti yaitu:

1) Subjek Perjanjian (Pemilik dan Penggarap)

Kerjasama yang masyarakat Tanjung Medan lakukan ini semuanya sudah dewasa, baligh, dan berakal. Mereka bisa mempertanggungjawabkan kerjasama atau perjanjian yang telah dikerjakan. Pemodal disebut sebagai pemilik lahan dan pengelola disebut sebagai petani penggarap.

Dalam hukum Islam, hal tersebut sudah sesuai dengan aturan dan ketentuannya dimana dalam etimologi, kerjasama yang terdapat di dalam hukum

islam merupakan sebuah kerjasama antara pemilik lahan dan petani penggarap lahan ini.

2) *Ma'qud Alaih* (Objek)

Ma'qud Alaih (Objek) dalam pertanian tanaman padi adalah memanfaatkan dari tanah yang digarap. Menurut Hanafiyyah, Objek kerjasama yang dilakukan dalam bidang pertanian dapat kita dilihat dari asal bibit/benih yang ditanam ataupun digunakan, jika benih ini berasal dari pemilik lahan atau pemodal maka objek nya adalah pekerjaan yang dikerjaka oleh si penggarap tetapi jika benih berasal dari pengelola, atau petani penggarap maka dalam hal ini objek nya adalah manfaat dari tanah yang digarap tersebut.

Jika dilihat dari perjanjian kerjasama dalam pertanian padi yang dilakukan masyarakat di Tanjung Medan dimana asal benihnya dari petani penggarap maka sudah terlihat jelas mereka sudah memahami manfaat dari sesuatu yang mereka lakukan. Terlihat apa yang dilakukan masyarakat Tanjung Medan sudah sesuai dengan penerapan hukum islam, sebagaimana menurut pendapat Jumhur Ulama objek Mukhabarah ini yaitu suatu pemanfaatan yang didapat dan pada akhirnya antara kedua belah pihak mendapatkan haknya dari hasil tanah yang digarap tersebut.

3) *Ijab dan Qabul*

Ijab dan Qabul dalam hal ini dimaksudkan untuk menunjukkan ada kemauan serta kerelaan yang timbal balik oleh para pihak yang terlibat dalam kerjasama bersama. Seperti yang telah terjadi dalam pelaksanaan kerjasama di bidang pertanian

padi di Tanjung Medan. Akadnya dilaksanakan secara lisan bertatap muka dari pihak yang terlibat, si pengelola dan pemilik tanah, dasar yang mereka pakai adalah kepercayaan antara masing-masing pihak tanpa ada nya suatu perjanjian/ kontrak tertulis hitam di atas putih.

Contoh *ijab* dan *Kabul* dalam buku Ghazaly Abdul Rahman dan Ghufroon Ihsan dalam Meri Ardani (2020) adalah:

“Saya serahkan tanah dan lahan pertanian ini kepada engkau untuk digarap serta dimanfaatkan dan hasilnya nanti kita bagi berdua”. Petani penggarap menjawab : “Saya terima tanah/lahan pertanian ini untuk saya garap dengan imbalan hasilnya nanti dibagi dua”. Jika telah terlaksana *ijab* dan *kabul* ini, maka akad telah menjadi sah dan mengikat.

Maka berdasarkan dari analisis dari penulis berdasarkan segi Syarat *Ijab* dan *Qabul* dalam kerjasama kegiatan pertanian masyarakat Tanjung Medan sudah memenuhi syarat, dan sesuai dengan Hukum Islam karena menurut Jumhur Ulama bahwa tidak ada penjelasan yang menyatakan keharusan kerjasama dalam pertanian dilakukan secara tertulis. Adanya proses *Ijab* dan *Qabul* yang mengucapkan kata sepakat antara si pemilik lahan sebagai pemodal dan si petani penggarap sebagai seorang pengelola dengan adanya kerelaan dan rasa saling percaya antara kedua belah pihak.

c. Syarat Mukhabarah

Syarat mukhabarah dalam Meri Andani (2020) ada 5 yaitu, orang yang ingin berakad, benih yang ditanam

nantinya, tanah yang akan dikerjakan, sistem bagi hasil, serta jangka waktu berakhirnya akad. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dan pengamatan peneliti, dimana syarat mukhabarah oleh masyarakat yaitu:

1) Orang Yang Berakad

Dua pihak yang berakad atau melakukan kontrak, salah satu syaratnya adalah seseorang yang orang *mukallaf* (dewasa/*akil baligh*, berakal sehat atau tahu hukum).

Melihat penerapan Kerjasama dibidang Pertanian yang ada di Tanjung Medan masyarakat yang telah melaksanakan kerjasama ini adalah mereka yang sudah dewasa, memiliki akal dan bisa bertanggungjawabkan segala perbuatan yang dilakukannya, dengan ini peneliti mengambil kesimpulan bahwa syarat yang dibutuhkan bagi seseorang yang melakukan akad sudah terpenuhi dan bisa dikatakan telah syah.

2) Benih Yang Ditanam

Hukum serta syarat-syarat menyangkut benih yang akan ditanam oleh penggarap harus jelas, sehingga sesuai dengan kebiasaan atau jenis tanah itu, serta benih yang akan ditanam jelas akan menghasilkan panen nantinya.

Berdasarkan keterangan responden, lahan Sawah yang ada di Tanjung Medan selalu digunakan setiap tahunnya diperuntukan untuk memproduksi Padi, sehingga hanya sekali dua kali dijadikan ladang kering untuk perkebunan apabila sudah disepakai antara pengelola dan penggarap. Tanaman padi tetap saja lebih sering dilakukan dan bisanya tetap satu kali dalam setahun. Jenis tanaman padi yang

ditanam sesuai dengan yang biasanya mereka tanam, apakah itu padi *gurun*, padi *kuriak kusuik*, atau padi *randah putih*.

Dari analisis data diatas peneliti mendapat sebuah kesimpulan bahwa syarat dalam hal menyangkut benih yang akan ditanam sudah terpenuhi oleh karena setiap tahunnya lahan pasti akan ditanami benih padi. Benih yang lainnya yang ingin ditanam harus ada kesepakatan tambahan, tidak pernah dicampur-campur antara benih padi dengan benih dari tanaman lainnya.

3) Tanah Yang Dikerjakan

Sawah/ lahan yang di jadikan sebagai lahan pertanian padi oleh masyarakat Tanjung Medan adalah sawah yang berjenis rawa atau lahan kosong yang diolah menjadi sawah, yang dimanfaatkan untuk penanaman benih padi setiap tahun nya. Dapat dilihat bentuk lahan pertanian di Tanjung Medan berbentuk petak atau biasa disebut *priang* berdasarakan pendapat responden pada setiap batas antar lahannya dibatasi dengan pematang sawah (jenis tanah keras yang tidak diolah dan hanya dijadikan pembatas antar satu sawah dengan sawah lainnya yang berbeda pemilik dan pengelolanya).

Berdasarkan hal diatas, pemenuhan syarat yang berhubungan dengan tanah untuk dikerjakan sudah sesuai secara hukum Islam dimana dapat dirasakan manfaatnya oleh masing-masing pihak pengelola dan pemodal. Bentuk tanah diketahui dan dapat ditanami padi juga batas-batas tanah tersebut jelas.

4) Sistem Bagi Hasil

Peneliti melihat dari sistem bagi hasil yang sudah dilaksanakan masyarakat Tanjung Medan sudah terlihat terpenuhi syarat yang menyangkut hasil panen ini, adalah ada kejelasan dari bagian masing-masing tanpa adanya sedikit pengkhususan dari hasil panen padi. Berdasarkan keterangan responden, pembagian hasil secara rinci sudah disepakati di awal yang kebanyakan kini dipakai sepertiga hasil panen adalah untuk si pemodal yang kalau saja terjadi kerugian dan hasilnya tidak dapat dibagi maka diawal akad mereka tidak akan meminta bagi hasilnya lebih baik memutar hasil yang tidak mencukupi untuk dibagi tersebut kembali ke dalam benih awal dan hal tersebut memang dilakukan secara turun-temurun dan hingga sekarang.

5) Jangka Waktu Berakhirnya Akad

Menurut Abdul Rahman Ghazali (2010) Kerja sama yang bentuknya Muzara'ah dan Mukhabarah dijelaskan kebanyakan ulama fiqh hukumnya mubah (boleh). Sebagaimana dasar kebolehan adalah Firman Allah SWT yang menyuruh untuk saling tolong menolong.

Hal tersebut juga dapat dilihat dari pelaksanaan kerjasama kegiatan pertanian Masyarakat Tanjung Medan. Dalam hal melakukan kerjasama bidang pertanian ini seluruh masyarakat Tanjung Medan mengyunakan sistem Akad secara lisan berdasarkan rasa saling percaya dan tolong menolong antar sesama manusia, dalam perjanjian tersebut pihak yang terlibat membahas kapan jangka waktu berakhirnya Akad meskipun tidak ada pengulangan

akad disetiap tahunnya, sewaktu- waktu diperlukan salah satu pihak bisa saja mengakhiri kerjasama ini dengan alasan yang disepakati yakni adanya suatu halangan dari satu pihak. Halangan disini bisa seperti satu pihak yang mempunyai lahan meninggal dunia atau pemodal meminta sawahnya kembali karena merasa sudah sanggup mengolah sendiri atau menginginkan lahannya diolah dan dikelola kerabatnya yang lain atau sanak keluarganya. Berakhirnya akad juga tidak dapat terjadi apabila salah satu dari kedua pihak tidak bersedia.

Peneliti mengambil sebuah kesimpulan yaitu untuk jangka waktu berakhirnya akad sudah dikatakan terpenuhi, sebagaimana yang dikatakan oleh Jumhur Ulama bahwa jangka waktu berakhirnya sebuah Akad harus disebutkan diawal akad untuk menghindari tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan dengan dilakukannya akad ini nanti nya kecuali dengan adanya beberapa ketentuan yang menyebabkan berakhirnya akad.

Hal di atas sesuai dengan penyebab berakhirnya Akad Mukhabarah dalam Ana Liana Wahyuningrum dan Darwanto (2020). Terdapat beberapa hal yang menyebabkan berakhirnya mukhabarah diantaranya yaitu :

- a) Jangka waktu perjanjian yang disepakati telah telah habis
- b) Jika salah satu pihak atau kedua pihak yaitu antara pemilik lahan dan petani penggarap meninggal dunia
- c) Adanya uzur yang dapat menyebabkan batalnya akad, yaitu : tanah yang sebelumnya

dijadikan objek bagi hasil terpaksa harus dijual karena suatu alasan, petani penggarap mengalami sakit, petani penggarap sudah tidak mampu dan sanggup menggarap lahan itu lagi, dan pemilik lahan memiliki keinginan untuk menggarap lahannya sendiri tanpa meminta bantuan petani penggarap lagi.

3. Peran Bagi Hasil Mukhabarah Dalam kesejahteraan Ekonomi

Alasan tentang membolehkan terjadi kerja sama bagi hasil ini adalah berdasarkan al-Qur'an, hadits dan ijma', adalah sebagai berikut : Al-Qur'an Surat an-Nisa'(4) ayat 29, dan Hadits Nabi:

Dari Shohih bin Shuhaib r.a. bahwa Rasulullah SAW baersabda “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual. (HR. Ibnu Majah).

Konsep yang dijelaskan tentang bagi hasil di atas dapat dilihat juga dari hasil wawancara oleh peneliti di Tanjung Medan, dimana menurut responden, Masyarakat menentukan pembagian bagi hasil di awal. Pembagian itu berupa satu pertiga, dimana satu pertiga untuk pengelola atau petani penggarap dalam hal ini masyarakat Tanjung Medan. Satu pertiga lainnya adalah untuk modal dan satu pertiga terakhir adalah untuk pemilik lahan atau si pemodal. Sistem pembagian hasil ini disepakati di awal agar tidak ada kesalahpahaman yang terjadi nantinya setelah panen dilaksanakan. Pemilik lahan sebagai pemodal, melakukan akad dengan petani penggarap sebagai pengelola. Mereka melakukan akad kerjasama

mukhabarah tanpa didampingi seorang saksi dan mereka melakukannya dengan perasaan rela sama rela, antara kesepakatan pihak yang terlibat yakni pemilik lahan dan pengelola, masyarakat Tanjung Medan.

Temuan di atas juga sama dengan Malem tahun 2008 dan Adhe 2013 dalam penelitian Unggul Priyadi dan Jannah Saddam Ash Shidiqie (2015: 110) yaitu pelaksanaan dalam perjanjian bagi hasil bidang pertanian lahan sawah, bahwa besaran dari bagi hasil adalah penggarap bisa memperoleh hasil sebesar $\frac{1}{2}$ atau $\frac{1}{3}$ bagian nantinya.

Apabila luas sawah adalah satu pring seperti sebutan masyarakat pada umumnya di Tanjung Medan dan sekitarnya, sementara hasil panen adalah 15 karung. Maka 5 karung untuk petani penggarap dan si pengelola juga mendapat 5 karung, sementara untuk modal 5 karung. Di Tanjung Medan, berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, kebanyakan pemilik lahan tidak berada di sekitar Tanjung Medan juga bahkan ada yang tidak berada di Provinsi yang sama. Oleh sebab itu, maka si petani penggarap diminta untuk menjual hasil yang sepertiga akhir untuk pemilik lahan. Hasil yang telah dijual dan berbentuk uang kemudian di transef dalam rekening ke si pemilik lahan. Pembagian hasil yang dilakukan oleh masyarakat Tanjung Medan jga menggunakan pengurangan biaya terlebih dahulu. Hal ini dilakukan apabila dalam melakukan kegiatan pertanian, masyarakat mengalami kendala seperti hama dan padi yang tidak begitu subur, sehingga butuh obat-obatan atau racun hama sebagai tambahan biaya didalamnya. Pengelola juga biasanya mengeluarkan upah pekerja tambahan dengan satu pertiga bagian modal. Sehingga sisanya diputar ke

modal atau bahkan bisa dijual oleh pengelola sendiri jika memungkinkan perhitungan mereka berlebih untuk modal awal serta kebetulan harga padi sedang tinggi.

Bagi hasil kegiatan pertanian di Tanjung Medan dalam wawancara dengan responden apabila jumlah hasil panen mereka sudah memenuhi untuk mengeluarkan zakat, pemilik lahan dan pengelola mengeluarkan zakat sebelum dibagi sepertiga dari hasilnya. Ketika hasil panen dalam satu atau dua piring sawah mencapai 40 karung, mereka keluarkan zakat 10 persen dahulu karena sawah dialiri air sungai dan mata air, yakni 4 karung. Lalu yang 36 karung lagi sebagai hasil setaelah zakat dikeluarkan diberikan sepertiganya untuk pemilik lahan yakni 12 karung dan sepertiganya lagi untuk penggarap dan sisanya untuk modal sebanyak sepertiga juga. Masyarakat melakukan perhitungan zakat atas adanya kebiasaan turun temurun yang diwariskan sejak dahulu. Seorang penggarap terkadang juga menjadi penerima dari zakat tersebut yang diberikan dan diniatkan oleh si pengelola.

Hal yang dilakukan Masyarakat Tanjung Medan dalam pemenuhan kebutuhan ekonominya dapat dilihat dari kesejahteraan yang mereka dapatkan. Sesuai dengan konsep kesejahteraan apabila telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia baik itu pangannya dari hasil panen padi, dan nanti jika dijual untuk memenuhi kebutuhan lainnya.

Kesejahteraan Menurut Badawi dalam Abdul Muttalib (2015) adalah suatu kondisi yang mengharuskan terpenuhinya kebutuhan dasar baik bagi individu atau kelompok yang berupa kebutuhan kesehatan, pangan, pendidikan, sedangkan lawan dari kesejahteraan ini adalah kesedihan atau suatu bencana kehidupan.

Kesejahteraan dalam Al Qur'an dapat dilihat dalam Surat An Nahl ayat 97 yaitu:

مَنْ عَمِلْ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً
وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Barangsiapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, Maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan (Depatemen Agama RI, 2007)

Selain itu dalam ekonomi Islam ada konsep kemaslahatan yang terhubung dengan kesejahteraan secara umum yang mesti terpenuhi. Dapat dilihat dalam Abdul Muttalib (2015) Kemaslahatan ini akan diwujudkan, menurut Asy-Syatibi hal ini terbagi kepada tiga tingkatan, yaitu kebutuhan dharuriyat, kebutuhan hajiyat, dan kebutuhan tahsiniyat.

a. Kebutuhan Daruriyat / Dharuruyah

Kebutuhan Dharuriyat merupakan tingkatan kebutuhan yang wajib/harus ada atau kebutuhan primer. Jika kebutuhan ini tidak dapat terpenuhi nantinya, maka keamanan umat manusia akan bermaslaah baik di dunia maupun di akhirat. Menurut As-Syatibi, lima hal yang termasuk kedalam kategori kebutuhan primer. Pemeliharaan Agama (*Hifzh Ad-Dien*), Pemeliharaan Jiwa (*Hifzh An-Nafs*), Pemeliharaan Akal (*Hifzh Al-Aql*), Pemeliharaan Kehormatan (*Hifzh An-Nafs*), pemeliharaan Keturunan (*Hifzh An Nasab*), pemeliharaan harta (*Hifzh Al-Maal*). Syariat Islam diturunkan untuk mempertahankan lima poin ini.

b. Kebutuhan Hajiyat

Kebutuhan *Hajiyat* merupakan kebutuhan tidak harus ada/ sekunder dan jika tidak disadari tidak akan mampu mengancam keselamatan, tetapi akan menyebabkan kesulitan. Hukum Islam menghilangkan semua kesulitan ini. Dengan dimilikinya hukum *Rukhshah* (toleransi) yaitu salah satu contoh kepedulian dalam syariat Islam terhadap kebutuhan sekunder ini.

c. Kebutuhan Tahsiniyat

Ketiga yaitu kebutuhan tahsiniyat adalah tingkat dari kebutuhan yang jika tidak mampu untuk terpenuhi tidak membahayakan keberadaan salah satu dari kelima poin di atas dan tidak akan menimbulkan kesulitan. Kebutuhan pada tataran ini, sebagaimana dikemukakan Al-Syatibi, berupa kebutuhan pelengkap yang sesuai tuntutan moral serta akhlak, menghindari yang patut dan yang tidak sedap dipandang menurut konvensi. Dalam bidang kehidupan seperti shalat, muamalat dan lainnya.

Berdasarkan hal diatas maka Implikasi dari Mukhabarah ini terhadap kesejahteraan bagi petani penggarap di Tanjung Medan dalam tatanan kesejahteraan para petani penggarap di Tanjung Medan baru terpenuhi pada sebagian kebutuhan *dharuriyah* nya saja yakni pada standar pemenuhan kebutuhan dasar, sebagai untuk konsumsi, dan sebagian lagi akan fokus kepada pendidikan bagi anak-anaknya. Kebutuhan pangan yakni konsumsi memang lebih terbantu apabila Masyarakat menggunakan sepenuhnya bagi hasil dari penggunaan akad mukhabarah di kegiatan pertanian dan pengelolaan sawah. Luas lahan sawah yang lebih besar barulah

masyarakat dapat lebih meningkatkan pendapatannya, karena setelah bagi hasil sepertiga, masyarakat juga dapat menjual hasil dari padi.

Sedangkan Implikasi Mukhabarah terhadap kesejahteraan bagi pemilik lahan sudah lebih kompleks dimana pemenuhan kebutuhan sebagai sebuah standar saat melihat kesejahteraannya, ini dapat tergambar dari segi cara pemenuhan terhadap sisi keagamaan, pemilik lahan sudah mampu menunaikan zakat kepada orang lain yang membutuhkan bantuan mereka, dan ada sebagian dari pemilik lahan juga menyisihkan dari pembagian hasil tersebut untuk membantu perekonomian dari pengelolanya, dengan niat ingin bersedekah dan atau menambah biaya menunaikan haji (*Hifzh Ad-Dien*), dari segi pemeliharaan dari jiwa dan akal (*Hifz Al-Aql*) pemilik lahan juga mengalokasikan sebagian hasil dari kejasaan penggarapan sawah tersebut sebagai bekal atau persediaan pangan berupa beras selama kurun waktu tertentu (*Hifzh An-Nafs*), kemudian pemilik lahan lebih merencanakan menggunakan hasil pertanian sebagai bentuk dari segi menjaga hartanya (*Hifzh Al-Mall*), sedangkan untuk segi menjaga garis keturunannya (*Hifzh An-Nasab*), para pemilik lahan akan lebih mengutamakan usaha yang dikelolanya dengan modal yang didapatkan dari penjualan hasil panen sawah tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan *dharuriyah* masyarakat Tanjung Medan sudah terpenuhi dengan kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah. Idsamping n dapat untuk memenuhi kebutuhan hidup berupa pangannya, Masyarakat juga bisa memenuhi kebutuhan tambahan lainnya dari hasil penjualan padi mereka nanti untuk biaya pendidikan,

kesehatan. Kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah yang dilakukan secara turun temurun tersebut jelas menguntungkan karena ekonomi masyarakat dapat terbantu. Upaya peningkatan ekonomi Masyarakat dalam meningkatkan pendapatan adalah dengan mengelola lahan sawah yang luas sehingga hasilnya juga lebih besar.

KESIMPULAN

Kegiatan pertanian yang dilakukan masyarakat, sebagai upaya untuk memanfaatkan segala sumber daya alam yang ada disekitar. Lahan pertanian yang dibiarkan terbengkalai diolah maka akan ada hasilnya. Selain itu juga dapat membentuk lapangan pekerjaan bagi seorang yang ahli dalam bertani. Masyarakat Tanjung Medan yang semula hanya dapat menjadi buruh harian dengan mengerjakan pekerjaan sawah ketika diupah akhirnya dapat memanfaatkan keahliannya ke dalam lahan yang ia kerjakan.

Konsep bagi hasil di Tanjung Medan, Masyarakat menentukan pembagian bagi hasil di awal. Pembagian itu berupa satu pertiga, dimana satu pertiga untuk pengelola atau petani penggarap dalam hal ini masyarakat Tanjung Medan. Satu pertiga lainnya adalah untuk modal dan satu pertiga terakhir adalah untuk pemilik lahan atau si pemodal. Sistem pembagian hasil ini disepakati di awal agar tidak ada kesalahpahaman yang terjadi nantinya setelah panen dilaksanakan. Pemilik lahan sebagai pemodal, melakukan akad dengan petani penggarap sebagai pengelola. Mereka melakukan akad kerjasama mukhabarah tanpa didampingi seorang saksi dasar mereka melakukannya adalah rela sama rela, dan kesepakatan pihak yang terlibat yakni pemilik lahan dan masyarakat Tanjung Medan.

Implikasi dari Mukahabrah ini terhadap kesejahteraan para petani penggarap di daerah Tanjung Medan dalam memenuhi tatanan kesejahteraan petani penggarap baru dapat terpenuhi pada sebagian kebutuhan *dharuriyah* nya saja yaitu pada rata-rata pemenuhan kebutuhan dasar, seperti konsumsi, dan untuk memfokuskan dalam hal pendidikan anak-anaknya. Kebutuhan pangan yakni konsumsi memang lebih terbantu apabila Masyarakat menggunakan sepenuhnya bagi hasil dari penggunaan akad mukhabarah di kegiatan pertanian dan pengelolaan sawah. Luas lahan sawah yang lebih besar barulah masyarakat dapat lebih meningkatkan pendapatannya, karena setelah bagi hasil sepertiga, masyarakat juga dapat menjual hasil dari padi. Implikasi Mukhabarah terhadap Kesejahteraan Pemilik Lahan sudah menjadi lebih kompleks dilihat dari pemenuhan kebutuhan sebagai standar melihat suatu kesejahteraan masyarakatnya, hal tersebut dilihat dari pemenuhan terhadap kebutuhan sisi keagamaan, pemilik lahan sudah mampu untuk menunaikan zakat kepada orang lain yang membutuhkan uluran bantuan, dan ada sebagian pemilik lahan yang melakukan pembagian hasil untuk membantu perekonomian bagi pengelolanya, dengan niat memang bersedekah dan atau menambah biaya menunaikan haji (*Hifzh Ad-Dien*), dari segi pemeliharaan jiwa dan akal (*Hifzh Al-Aql*), pemilik lahan juga menjadikan hasil dari kejasama penggarapan sawah tersebut sebagai bekal atau persediaan pangan berupa beras selama kurun waktu tertentu (*Hifzh An-Nafs*), kemudian pemilik lahan menggunakan hasil pertanian tersebut sebagai bentuk dari segi menjaga hartanya (*Hifzh Al-Mall*), sedangkan dari segi menjaga garis keturunannya (*Hifzh An-Nasab*), para pemilik lahan lebih mengutamakan usaha yang dikelola dengan modal yang diperoleh dari penjualan hasil panen lahan tersebut

Jadi dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan *dharuriyah* masyarakat Tanjung Medan sudah terpenuhi dengan kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah. Bagi hasil yang disepakati sebesar sepertiga oleh penggarap, sepertiga untuk modal dan sepertiga untuk pemilik lahan. Selain dapat memenuhi kebutuhan pangannya, masyarakat juga dapat memenuhi kebutuhan tambahan lainnya dari hasil penjualan padi mereka nanti untuk biaya pendidikan, kesehatan. Kegiatan pertanian menggunakan akad mukhabarah yang dilakukan secara turun temurun tersebut jelas menguntungkan karena Ekonomi masyarakat dapat terbantu. Upaya peningkatan ekonomi Masyarakat dalam meningkatkan pendapatan adalah dengan mengelola lahan sawah yang luas sehingga hasilnya juga lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andani, Meri (2020). Implementasi Kerjasama Dalam Bidang Pertanian (Padi) Berdasarkan Prinsip Muzara'ah dan Mukhabarah di Desa Pulau Ingguk Kecamatan Benai, *Jurnal JUHANPERAK*, 2, (2). 750-764.
- Departemen Agama RI. 2007. *Syamil Quran Cordova Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung : Sygma Examedia Arkanleema
- Hifzhi Siregar, Neila. (2019:169) Tinjauan Hukum Perjanjian Terhadap Klausul Meninggal Dunia Dalam Kontrak Pembiayaan Bank Syariah, *Jurnal Yurisprudencia : Jurnal Hukum Ekonomi*, 5 (2), 168-195.
- Ibrahim, Irmayani, A.Erna Sriwahyuingasih. (2021). Persepsi Generasi Muda (Pemuda) Terhadap Kegiatan Pertanian Pada Usaha Tani Padi Sawah Di Kelurahan Lalebata

- Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang, Jurnal Ilmiah ecosystem, 21 (1),99-107.
- Johan, Adi. Helmi Yulia, dan Masyarakat Tanjung Medan. 2022. Hasil Wawancara. 19-21 Agustus 2022.
- Kartika Hutasusut, Yuli. Risalan Basri Harahap. (2022). Pelaksanaan Akad Mukhabarah, *Jurnal El Thawalib*, 2(3), 448-460.
- Liana, Ana. Darwanto (2020). Penerapan Bagi Hasil Maro Perspektif Akad Mukhabarah, *Tawazun : Journal of Sharia Economic Law*, 3, (1), 45-62.
- Muttalib, Abdul. (2015). Analisis Sistem Bagi Hasil Muzara'ah dan Mukhabarah Pada Usahatani Padi dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap dan Pemilik Lahan di Kecamatan Praya Timur, *Jurnal Jime*, 1 (2), 1-15.
- Priyadi, Unggul. Jannahar Saddam Ash Shidiqie. (2015). Pelaksanaan Perjanjian Bagi Hasil Pertanian Lahan Sawah, *Jurnal Millah*, XV, (1), 101-115.
- Raco. J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis Karakter dan Keunggulannya*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta

DAMPAK PENURUNAN HARGA SAWIT TERHADAP KESEJAHTERAAN PETANI SAWIT

Putri Oktora Ningsih

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: putrioktoraningsih91040@gmail.com

Abstrak

Dalam melakukan penelitian, penulis menyoroti isu dampak penurunan harga sawit dalam kaitannya dengan kondisi sosial ekonomi keluarga yang bekerja sebagai petani sawit di KSI Solok Selatan dengan membandingkan kondisi sosial ekonomi masyarakat yang meningkat. Untuk memperoleh data dan jawaban dari masyarakat yang dikelola langsung oleh petani, penulis langsung mendatangi lokasi, melakukan survey, dan menyebarkan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa turunnya harga swit berdampak negatif terhadap kondisi sosial ekonomi petani, artinya dengan turunnya harga sawit berdampak besar terhadap kondisi sosial ekonomi petani

Kata kunci: *Harga Sawit, Kesejahteraan Petani Sawit*

PENDAHULUAN

Kelapa sawit adalah tanaman industri penting yang menghasilkan minyak, minyak industri, dan bahan bakar. Perkebunannya sangat menguntungkan sehingga banyak hutan dan perkebunan diubah menjadi perkebunan kelapa sawit.

Perluasan perkebunan kelapa sawit menjadi pendorong utama peningkatan produksi minyak sawit mentah (crude palm oil/CPO) di Indonesia. Kebijakan partai yang berkuasa tetap tidak berubah, malah meningkatkan ekspansi melalui perampasan tanah. Kebijakan ini sangat menguntungkan kaum imperialis, memberikan dukungan kuat melalui program Ekonomi Hijau dengan mempertahankan bentuk monopoli tanah.

Sistem perkebunan besar yang terbelakang telah menghasilkan kemiskinan yang mendalam dan tindasan yang semakin intensif. Negara menetapkan perkebunan-perkebunan besar, termasuk sawit, menjadi objek vital negara yang dilindungi dan mendapatkan perlakuan keamanan secara khusus. Kebijakan ini semakin menekan petani yang telah mengalami perampasan tanah dan beban penghidupan yang semakin berat akibat sistem perkebunan terbelakang.

Kehidupan ekonomi petani kelapa sawit masyarakat berada di posisi yang tak menentu karena pendapatan mereka harus ditentukan oleh keadaan harga pasar dunia. Fluktuasi harga buah kelapa sawit menyebabkan petani kelapa sawit di Sumatera Barat berada pada syarat dilematis untuk memenuhi kebutuhan keluarga nya. Diawal tahun 2015 harga komunitas kelapa sawit mengalami penurunan secara signifikan yang berdampak terhadap kehidupan sosial para petani kelapa sawit masyarakat, spesifik di KSI Solok Selatan. Situasi ini mengakibatkan mereka melakukan kegiatan pada rangka untuk dapat bertahan hidup dari tekanan ekonomi yang mereka hadapi.

Sistem perkebunan agraris ialah bagian dari sistem perkonomian pertanian tradisional. Sistem kebun adalah bentuk usaha kecil yang dikelola oleh masyarakat. dalam struktur ekonomi tradisional, usaha kebun seringkali disebut sebagai perjuangan tambahan atau pelengkap dari kegiatan pertanian sebagai akibatnya sistem kebun adalah sistem pertanian yang tidak pasti, karena lahan yang digunakan terbatas serta asal tenaga kerja berasal dari anggota keluarga. pada Sumatera Barat khusus nya pada KSI sistem kebun bukan lagi merupakan usaha tambahan, namun dijadikan sebagai sumber mata pencarian utama bagi masyarakat kurang lebih untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Sektor perkebunan sebagian berasal dari pertanian di Indonesia memiliki kiprah kedudukan yang penting dalam membuat devisa bagi negara, perkebunan yang komunitasnya ialah kelapa sawit. Di awal tahun 2015 pasca melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat dan terjadi krisis di beberapa negara di dunia harga crude oil (CPO) mengalami penurunan yang signifikan yaitu berasal kisaran harga mencapai Rp 15/KG sampai menentu harga Rp 4000/KG yang didapatkan petani ini diakibatkan berasal penurunan permintaan dari CPO pada pasar global. Karena Indonesia adalah negara agraris jadi dimana sebagian besar penduduknya hidup dari bercocok tanam atau petani, sehingga pertanian ialah sektor yang memegang peranan penting pada kesejahteraan penduduknya.

Dalam hal ini kehidupan pertanian akan bergantung pada keadaan pasar dunia. Jika keadaan pasar tidak stabil maka akan terjadi fluktuasi yang berdampak pada pendapatan dan tingkat kesejahteraan petani dengan tekanan yang berdampak pada pendapatan, serta taraf kesejahteraan petani ketika tekanan ekonomi global dirasakan oleh petani masyarakat di Indonesia spesifiknya pada KSI Solok Selatan, terutama sebab memang produk pertanian cenderung berorientasi ekspor yang harganya tergantung pada pasar internasional. Fluktuasi harga yang cenderung menurun di beberapa jenis komoditi pertanian khususnya kelapa sawit adalah perseteruan yang mengancam keberlangsungan hidup petani. Disisi lainnya peranan modernisasi alat-alat teknologi produksi pertanian, sistem upah pekerja serta biaya perawatan pertanian yang sudah menyatu dalam kehidupan para petani turut menjadi beban petani lainnya. sebab perkebunan sawit ialah kegiatan pertanian yang berorientasi ekspor-impor.

Kelapa sawit merupakan jenis tumbuhan yang sangat dibutuhkan masyarakat sebagai salah satu kebutuhan pokok yang menghasilkan produksi seperti minyak goreng, sabun dan sebagainya. Sebab sifatnya penting bagi kebutuhan utama, maka masyarakat memerlukan produksi kelapa sawit dalam jumlah yang besar agar kebutuhan mereka terhadap kelapa sawit dapat tercukupi. Perkebunan sawit bisa memberikan jumlah pendapatan yang mencukupi bahkan lebih tinggi bagi petani kelapa sawit tergantung luas kebunnya. Keadaan ini menyebabkan sebagian masyarakat banyak mengalihkan pengelolaan pertaniannya untuk menanam kelapa sawit.

Korban yang dirugikan pada penurunan harga sawit tentu nya petani sawit itu sendiri, padahal sebelumnya mereka mampu sedikit menikmati manisnya harga TBS (tandan buah segar). banyak petani sawit yang frustrasi, bahkan banyak petani sawit yang melantarkan kebunnya serta mengalih fungsikan lahannya untuk ditananam komunitas lain yang lebih menguntungkan, atau dijual serta dijadikan perumahan.

Sesuai survey Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) tahun 2010, sektor pertanian menyumbang tenaga kerja sebesar 42jt orang lebih dari jumlah penduduk 15 tahun keatas yang bekerja berdasarkan lapangan kerja primer yang hamper mencapai 110jt orang. Jika dilihat dari nilai absolutnya, maka kontribusi sektor pertanian terhadap PDB merupakan jumlah yg besar , sehingga bisa dianalogikan bahwa petani seharusnya mendapatkan pendapatan yang memadai untuk dapat hidup sejahtera. Tetapi kenyataan nya, jika diliat melalui peta kemiskinan di Indonesia, dapat dipastikan bahwa sebagian besar penduduk yang miskin merupakan penduduk yang bekerja disektor pertanian. Hal ini menyebabkan bidang pertanian harus bisa memacu diri buat

bisa mempertinggi produk pertanian menjadi salah satu pilar ekonomi negara, sector pertanian diperlukan dapat menaikkan pendapatan terutama berasal penduduk pedesaan yang masih digaris kemiskinan.

Para petani pada KSI Sumatra Barat khususnya pada Kabupaten SolSel umumnya mempunyai luas perkebunan perkepala rumah tangga (KK) homogen sekitar 1 - 2 hektar, serta lebih dikenal menjadi petani warga . Produksi kelapa sawit yang didapatkan dari luas kebun sawit bisa mencapai 1-2ton dengan harga yang tidak stabil atau berfluktuasi. Sebelum beberapa Negara didunia terkena dampak skrisis serta penurunan terhadap CPO harga kelapa sawit berkisar pada harga Rp.1,500, jika dikulasikan dengan akibat panen yg didapatkan 2 ton maka rata-rata pendapatan petani mampu mencapai Rp.3.000.000 perpanen nya, sedangkan untuk panen umumnya dilakukan pada 2 minggu sekali, jadi pendapatan petani perbulan bisa mencapai Rp.6.000.000. Menggunakan penghasilan yg demikian sangat memungkinkan para petani sawit untuk bisa memenuhi aneka macam kebutuhan hidupnya, akan tetapi sejak harga sawit turun di level Rp400/Kilo Gram, petani sawit mengalami goncangan, karena pendapatan mereka telah berkurang asal Rp6.000.000/bulannya sebagai Rp800.000/bulannya. sementara mereka wajib menghidupi kebutuhan keluarga juga biaya lainnya seperti pendidikan bagi anak mereka, tempat tinggal , biaya sosial dan sebagainya.

Mengacu pada masalah diatas, bahwa perkebunan sawit merupakan salah satu sumber pendapatan yang krusial oleh masyarakat di desa KSI, khususnya di kabupaten Solok Selatan buat memenuhi kebutuhan hayati mereka. Mata pencarian menjadi petani sawit lebih banyak bergantung di perkembangan teknologi. Kecuali pada petani rakyat yang

tradisional, mereka masih bergantung pada alat-alat produksi yang sangat sederhana seperti alat memetik tandan buah kelapa sawit (dodos, egrek, parang babat, cangkul dan gerobak sorong).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini untuk melihat dampak penurunan harga sawit terhadap kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertempat di Kec. Sangir, dan Kec. Sangir balaijanggo, kab. Solok Selatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah data primer, dimana data primer diperoleh dari wawancara dan kuesioner.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh informasi bahwa sesudah terjadi penurunan harga sawit mengakibatkan kehidupan sosial ekonomi masyarakat pada Solok Selatan rendah. Petani yang hanya mengandalkan sektor perkebunan kelapa sawit menjadi sistem mata pencarian primer hidupnya dihadapkan dengan konflik yaitu menurunnya harga komoditas di sektor perkebunan kelapa sawit. Penurunan yang terjadi sangat signifikan sehingga mengakibatkan pendapatan serta taraf kesejahteraan petani berkurang.

Meskipun petani mempunyai penghasilan berasal dari hasil kebunnya sendiri, tetapi dengan harga sawit yang rendah seperti itu wajar jika mereka mengaku bahwa penghasilan kini yang mereka dapatkan tak mencukupi kebutuhan keluarganya sehari-hari. Untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari para petani sawit terus berusaha

dengan bertani pohon karet, sehingga beban perekenomian masyarakat bisa terbantu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dampak menurunnya harga sawit berdampak terhadap syarat sosial ekonomi petani tidak positif, yang berarti penurunan harga sawit berdampak besar terhadap kondisi sosial ekonomi petani, baik itu dalam segi pendapatan, pendidikan, dan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bona Rahmat (2008). *Pengaruh ekspor CPO terhadap harga minyak goreng sawit Indonesia*. Skripsi, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Dipublikasikan.
- Dani dan Roswita (2015), “*Statistik Ekonomi dan Bisnis di Perguruan Tinggi*”. Mitra Wacana Media, Media.
- Edi Iwan Siregar (2009). *Strategi adaptasi petani rakyat dalam mensiasati fluktuasi harga kelapa sawit*. Skripsi, Universitas Sumatera Barat. Dipublikasikan.
- Sadono Sukirno (2005), “*Mikro ekonomi Teori pengantar*”. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

UPAYA PEMBELIAN PUPUK BERSUBSIDI DAPAT MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PEREKONOMIAN PETANI

Putri Yalis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen bisnis syariah

Email : putriyalis18@gmail.com

Abstrak

Pupuk merupakan hal yang sangat penting dalam sektor pertanian. Pupuk juga merupakan input penting bagi petani dalam meningkatkan produktivitas tanaman pangan khususnya tanaman padi. Salah satu kebijakan pemerintah yaitu menyediakan pupuk bersubsidi. Pupuk bersubsidi adalah salah satu fasilitas pemerintah untuk sektor pertanian yang diadakan untuk meningkatkan produktivitas padi demi tercapainya ketahanan pangan. pembelian pupuk dilakukan melalui RDKK tani. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Upaya-upaya Pembelian Pupuk Bersubsidi Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Para Petani khususnya di daerah saya terutama di Jorong Kaludan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik kios pupuk pada tanggal 23 Agustus 2022. Lokasi penelitian ini yaitu tepatnya di Simpang Tiga Jorong Kaludan Nagari Sungai Talang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan, petani yang melakukan pembelian pupuk bersubsidi dengan harga yang murah dan tidak terlalu mahal, maka hasil pertanian menjadi banyak sehingga meningkatnya perekonomian para petani. Jika petani melakukan pembelian pupuk non subsidi dengan harganya yang mahal dan hanya bisa membelinya sedikit, maka pupuk tersebut tidak cukup dan hasilnya pun sedikit.

Kata Kunci : *Pupuk Bersubsidi, Kesejahteraan Perekonomian, Petani*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu yang termasuk kedalam kategori negara berkembang, sehingga terdapat berbagai macam kekayaan alamnya. Adapun kekayaan alam yang dimilikinya yaitu terdapat di darat, laut, dan di bumi. Indonesia juga disebut sebagai Negara Maritim. Negara Maritim merupakan negara yang memiliki luas laut lebih besar dibandingkan dengan luas daratan yang terdiri dari pulau-pulau. Indonesia merupakan negara beriklim tropis. Negara dengan iklim tersebut memiliki sinar matahari dan curah hujan yang cukup tinggi sehingga tanah indonesia sangat subur. Selain itu negara indonesia juga terkenal dengan sebutan Negara Agraris, karena sebagian penduduknya bekerja sebagai petani. Sektor pertanian menjadi sangat penting dalam perekonomian nasional di karenakan hampir sebagian besar penduduk indonesia hidup di pedesaan dengan mata pencaharian sebagai petani. Pertanian memiliki peran penting dalam perekonomian suatu pedesaan. Pertanian juga memiliki peran yang strategis dalam pembangunan nasional, karena sebagian besar masyarakat indonesia mengkonsumsi nasi sebagai kebutuhan bahan pokok. Oleh karena itu keberadaan petani menjadi sangat penting bagi masyarakat untuk menyediakan pasokan kebutuhan bahan pokok. Salah satu sumber dari kebutuhan bahan pokok tersebut yaitu berasal dari tanaman padi.

Di era globalisasi, kebutuhan sumber daya tani setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini disebabkan terjadinya perubahan cuaca yang tidak menentu, sehingga kegiatan pertanian membutuhkan pengolahan yang tepat. Salah satu sumber daya tani yang perlu menjadi sorotan adalah pupuk. Pupuk merupakan salah satu unsur penting dalam meningkatkan produksi dan

produktivitas serta menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sistem usaha tani. Menurut Saragih (2015) produktifitas merupakan isu sentral dalam perekonomian sebab menjadi penentu utama kesejahteraan petani. Peningkatan produktivitas pertanian harus menjadi prioritas bagi petani untuk mencapai hasil yang maksimal dan dapat meningkatkan teknologi pertanian (Al-Haboby *et al*, 2021).

Pupuk juga merupakan input penting dalam kegiatan usaha tani tanaman pangan di Indonesia. Sehingga penggunaannya masih merupakan faktor penentu dalam produksi tanaman pangan, khususnya padi. Dalam penggunaan pupuk, dikenal enam tepat, yaitu tepat jumlah, tepat waktu, tepat harga, tepat tempat, dan tepat mutu (Herman *et al*, 2005). Salah satu peran pemerintah dalam sektor pertanian adalah memberikan pupuk bersubsidi. Kebijakan pupuk bersubsidi Menurut rangkuman Susila (2010) Pupuk ialah faktor kunci dalam meningkatkan produktifitas dengan harga pupuk yang lebih murah akan mendorong peningkatan penggunaan input tersebut dan untuk merespon kenaikan harga pupuk di pasar internasional dan penurunan tingkat keuntungan usaha tani.

Pupuk bersubsidi adalah barang dalam pengawasan yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan kelompok tani atau petani di sektor pertanian. Pupuk bersubsidi merupakan pupuk pengadaannya dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar program pemerintah berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan (Memperindag) Nomor 15/M-DAG/4/2013 Tentang Pengadaan Dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian. Dengan memberikan pupuk bersubsidi kepada petani, disamping itu akan dapat meningkatkan

penggunaan pupuk tersebut oleh petani, yang tentunya juga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian para petani. Subsidi pupuk yang digunakan dengan tepat dan benar juga dapat memberi kontribusi pada produksi tanaman dan peningkatan pendapatan perekonomian petani, karena dengan menggunakan pupuk bersubsidi maka hasil pertanian lebih meningkat jika di bandingkan dengan pupuk organik (Watiha, 2020). Jenis-jenis pupuk yang disubsidi oleh pemerintah terdiri dari pupuk Urea, SP-36, ZA, NPK dan Organik. Adapun jenis-jenis dari pupuk tersebut yang sering digunakan oleh petani yaitu Pupuk Urea, pupuk ini terbuat dari amoniak dan gas asam arang. Dimana pupuk ini juga termasuk salah satu yang banyak digunakan petani untuk lahan pertanian maupun budidaya.

Nagari Sungai Talang merupakan Nagari paling selatan di Kecamatan Guguak yang merupakan garis perbatasan di tiga kecamatan yaitu Kecamatan Guguak, Kecamatan Payakumbuh dan Kecamatan Akabiliru. Nagari Sungai Talang memiliki posisi yang sangat strategis dan dapat dikembangkan secara maksimal, baik di sektor pariwisata dengan kondisi alam yang indah maupun dari sektor ekonomi seperti pertanian dan perkebunan serta peternakan dan perikanan, sehingga bisa menjadi pemasok bagi negara tetangga. Dengan luas lahan pertanian dan perkebunan yang mencapai lebih dari 3.473 ha, dengan akses yang tidak sulit dijangkau, akan sangat menguntungkan Nagari Sungai Talang untuk bersaing dengan daerah lain dalam hal pemasaran hasil pertanian.

Di Nagari Sungai Talang terdapat lima jorong yaitu Jorong Sungai Talang, Jorong Kaludan, Jorong Guguak Nunang, Jorong Belubus, dan Jorong Bukik Apik. Dari berbagai jorong tersebut Jorong Belubus merupakan Jorong

terbesar di wilayah Nagari Sungai Talang. Sedangkan Jorong dengan luas terkecil adalah Jorong Kaludan. Diberbagai jorong tersebut memiliki mata pencaharian yang bermacam-macam, yang paling dominan mata pencahariannya yaitu sebagai petani. Salah satunya yaitu Jorong Kaludan. Bentuk-bentuk lahan pertanian yang terdapat di jorong kaludan yaitu seperti sawah, perkebunan, ladang, dan lainnya. Daerah ini memiliki penggunaan lahan yang didominasi oleh sawah dan kebun. Dalam hal mencukupi kebutuhan pokok , petani di daerah ini memperoleh bahan makanan salah satunya yaitu dari padi. Padi merupakan salah satu sumber kebutuhan pokok yang paling penting. Salah satu cara meningkatkan produktivitas padi adalah dengan pengembangan dalam bidang perbenihan. Namun dalam kegiatan pertanian hal yang menjadi permasalahan yaitu sulit dalam mendapatkan pupuk. Karena pupuk merupakan hal terpenting dalam pengolahan pertanian, Jorong Kaludan merupakan salah satu Jorong yang mendapatkan pupuk bersubsidi dari pemerintah. Nama kios atau pengecer yang menerima pupuk bersubsidi di Jorong Kaludan yaitu rk.tani dengan penanggung jawabnya bernama ibu Ratna Murni. Berbagai jenis pupuk bersubsidi yang masuk ke kios tersebut, tetapi mulai dari bulan July 2022 kemaren hanya dua jenis pupuk yang disubsidi yaitu pupuk Urea PIM dan pupuk NPK Ponska. Program pupuk bersubsidi oleh pemerintah bertujuan untuk meringankan beban para petani dalam pengadaan pupuk untuk lahan pertanian. Maka didasari dari hal tersebut maka Pemerintah memberlakukan kebijakan subsidi pupuk bagi petani, agar petani mampu berperan sebagai intensif bagi petani untuk meningkatkan produksi pangan dan kesejahteraan perekonomian para petani (Darwis dan Supriyati,2021).

Untuk melakukan pembelian pupuk bersubsidi di Jorong Kaludan maka ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh para petani salah satunya yaitu harus bergabung melalui RDKK Tani. Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok tani (RDKK), yaitu rencana kebutuhan sarana produksi pertanian dan alinstan untuk satu musim/siklus yang disusun berdasarkan musyawarah anggota kelompok tani. Kelompok tani, menurut Deptan RI (1980) dalam Mardikanto (1996) diartikan sebagai “kumpulan orang-orang tani atau petani, yang terdiri dari atas petani dewasa (pria/wanita) maupun petani taruna (pemuda/i), yang terkait secara informal dalam suatu wilayah kelompok atas dasar keserasian dan kebutuhan bersama serta berada dilingkungan pengaruh dan pimpinan seorang kontak tani”. Keinginan yang telah dirancang oleh masing-masing kelompok tani, selanjutnya disesuaikan dengan total alokasi pupuk bersubsidi pada masing-masing jorong tersebut (Alimuso,2010). Tujuannya yaitu agar pupuk bersubsidi dapat tersalurkan dengan baik dan tepat sasaran. Telah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor 47 Tahun 2017 tentang Alokasi dan Harga Eceran Tertinggi Pupuk Bersubsidi (Sarwo Edhy). Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut dapat kita lihat petani di Jorong Kaludan mengandalkan pupuk bersubsidi untuk kegiatan pertanian. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Jorong tersebut. Sehingga penulis ingin mengetahui Bagaimana Upaya Pembelian Pupuk Bersubsidi Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Petani Di Jorong Kaludan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian diperoleh berdasarkan penelitian observasi di lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

dengan analisis deksriptif. Untuk mencapai hal tersebut peneliti menggunakan pendekatan fenomenologis yang berupaya mengumpulkan data menggunakan observasi dalam pengumpulan data. tujuan penelitian untuk mendeskripsikan upaya pembelian upuk bersubsidi yang dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian para petani. Penelitian ini dilaksanakan di Jorong Kaludan Nagari Sungai Talang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan observasi lapangan.

PEMBAHASAN

1. PUPUK BERSUBSIDI

Pupuk Bersubsidi diberikan pemerintah kepada para petani dalam rangka mendukung ketahanan pangan nasional. Kebijakan pupuk bersubsidi bertujuan untuk menyediakan pupuk dengan harga murah bagi petani dengan kepemilikan lahan kurang dari 2 hektar. Hal tersebut sesuai dengan amanat pemerintah melalui Peraturan Menteri Pertanian Nomor 47/Permentan/SR.310/12/2017 tentang Alokasi dan Harga Eceran Tertinggi (HET) Pupuk Bersubsidi untuk Sektor Pertanian Tahun Anggaran 2018, sehingga pupuk bersubsidi dapat terjamin ketersediaannya dan harganya sesuai HET pupuk (Direktorat Jendral Prasarana dan Sarana Pertanian, 2018). Dalam Surat Keputusan Memperindag No.70/MPP/Kep/2/2003 tanggal 11 Februari 2003, pupuk bersubsidi adalah pupuk yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari Pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar program Pemerintah. Dengan adanya keterbatasan pemerintah dalam penyediaan subsidi pupuk dalam rangka program pemerintah, maka pupuk bersubsidi

diperuntukkan hanya untuk usaha pertanian yang meliputi Petani Tanaman Pangan, Peternakan, dan Perkebunan Rakyat.

Jorong Kaludan Nagari Sungai Talang merupakan salah satu penerima pupuk bersubsidi. Di Jorong tersebut nama kios/pengecer pupuk yaitu rk.tani yang penanggung jawabnya bernama Ibu Ratna Murni. Beliau merupakan pemilik kios pupuk di Jorong Kaludan. Kios pupuk tersebut sudah lama berdiri lebih kurang 15 tahun. Di kios tersebut berbagai macam pupuk yang tersedia. Ada pupuk bersubsidi dan pupuk non subsidi. Pupuk bersubsidi ini bisa tersedia di kios rk.tani, karena berdasarkan RDKK melalui distributor dan ibu Ratna Murni sebagai pengecernya. Ibu Ratna Murni merupakan pengecer pupuk bersubsidi di kios tersebut dan beliau sudah mendapat izin usaha dari pengelolaan pupuk bersubsidi. Beliau mendapatkan pupuk tersebut melalui distributornya sesuai dengan kebutuhan kelompok. Khusus wilayah Kecamatan Guguak distributornya bersumber dari CV. Sumber Subur yang bernama Silvia Novriani. Pupuk bersubsidi merupakan barang dalam pengawasan pemerintah yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari Pemerintah untuk kebutuhan kelompok tani dan/atau petani di sektor pertanian. Sedangkan pupuk non subsidi merupakan pupuk yang pengadaan dan penyalurannya yang diluar tanggungan pemerintah. Tahun-tahun sebelumnya jenis-jenis pupuk yang bersubsidi di kios tersebut antara lain pupuk Urea, SP-36, ZA, NPK dan Organik. Tetapi di Tahun 2022 mulai dari bulan July kemaren pupuk bersubsidi yang disediakan pemerintah hanya dua jenis saja yaitu pupuk Urea PIM dan pupuk NPK Phonska.

a. Pupuk Urea PIM

Manfaatnya :

- 1) Dapat membuat daun tanaman menjadi lebih hijau dan segar, mengandung chlorophyl yang mempunyai peranan sangat penting dalam proses fotosintesa.
- 2) Mengandung protein tanaman.
- 3) Dapat mempercepat pertumbuhan tanaman.

Kandungan :

- 1) Kadar biuret : 1,2% biuret level
- 2) Kadar air maks : 0,5% moisture maxNitrogen (N) : 46%

Sifatnya : mudah larut dalam air dan mudah menghisap air (higroskopis).

b. NPK Phonska

NPK Phonska artinya salah satu jenis pupuk yang disubsidi oleh pemerintah sebagai akibatnya harganya lebih murah dan terjangkau oleh petani.

Kegunaannya:

- 1) memacu pertumbuhan akar tumbuhan.
- 2) menghasilkan tumbuhan lebih hijau serta sehat.
- 3) Memperkuat batang sehingga tidak roboh
- 4) meningkatkan daya tahan tanaman terhadap penyakit.
- 5) Daya tahan tanaman terhadap agresi.

Sifatnya:

- 1) mempunyai kandungan unsur hara yang lengkap.
- 2) praktis diserap oleh tumbuhan.
- 3) Berbentuk butiran (granul) berwarna merah jambu atau pink.
- 4) Bersifat higroskopis sehingga mudah larut pada udara.

Kandungan:

- 1) Fosfat (P) : 15%
- 2) Kalium (K) : 15%
- 3) Nitrogen (N) : 15%
- 4) Sulfur (S) : 10%
- 5) Kadar Udara Maksimal : 2%

Harga pupuk bersubsidi tersebut yang telah dibeli oleh petani sudah ditetapkan oleh Menteri Pertanian dalam bentuk Harga Eceran Tertinggi (HET) (Direktorat Jendral Prasarana dan Sarana Pertanian, 2018) yaitu harga pupuk Urea PIM Rp. 2.250/kg dan NPK Phonska Rp. 2.300/kg. Cara petani membeli pupuk bersubsidi dengan menggunakan kuota (satu kali musim tanam atau dua kali musim tanam). Petani boleh membeli pupuk satu kali musim tanam (Rp. 150.000/karung) dan petani boleh membeli setengah MT, artinya petani boleh membeli pupuk ini sesuai yang dibutuhkannya. pupuk bersubsidi ini haruslah menetapkan enam prinsip utama (6T) yakni tepat jenis, tepat jumlah, tepat harga, tepat tempat, tepat waktu, dan tepat mutu. Agar prinsip tersebut dapat dipenuhi maka Kementrian Pertanian (Kementan) terus kawal dan membenahi sistem pendistribusian pupuk bersubsidi. Diantaranya lewat RDKK tani serta memperketat pengawasan. Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok tani (RDKK) merupakan kebutuhan riil petani untuk satu periode dalam pengelolaan usaha tani. RDKK digunakan sebagai dasar dalam penyaluran pupuk bersubsidi di tingkat penyalur. Penyusunan RDKK dilakukan oleh kelompok tani secara serentak dan tepat waktu dan harus diserahkan dua bulan sebelum tanam.

Program Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok tani (RDKK) juga merupakan langkah kongret Kementan dalam memperbaiki sistem penyaluran pupuk bersubsidi. Upaya lain yang dilakukan melalui optimalisasi alokasi pupuk bersubsidi yang tersedia di tiap-tiap kabupaten atau kota, serta mendorong distributor dan kios untuk mengoptimalkan penyaluran pupuk bersubsidi. Distributor dan kios adalah kunci keberhasilan penyaluran pupuk bersubsidi agar bisa sampai ke tangan petani yang berhak sesuai dengan mekanisme yang ada, yaitu melalui RDKK. Selain itu, petani yang ingin membeli pupuk bersubsidi diharuskan untuk bergabung melalui kelompok tani yang terintegrasi dalam Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDKK). Jika petani tidak tergabung melalui RDKK, maka petani tersebut tidak bisa membeli pupuk bersubsidi. Untuk mendapatkan pupuk bersubsidi ini ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh para petani salah satunya yaitu petani harus bergabung terlebih dahulu dengan kelompok tani yang ada di desa dan wilayahnya. Tujuannya agar pupuk bersubsidi dapat tersalurkan dengan baik dan tepat sasaran.

Adapun keuntungan pupuk bersubsidi bagi petani di Jorong Kaludan antara lain :

- a. Dapat meningkatkan produktivitas perekonomian para petani padi khususnya dalam akses perbenihan.
- b. Dalam pembelian pupuk bersubsidi dapat menekan ongkos produksi pertanian agar beban yang ditanggung petani dalam mengelola pertaniannya tidak terlalu berat.

- c. Dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian para petani di Jorong Kaludan.
- d. Dapat meningkatkan kemampuan para petani di Jorong Kaludan dalam membeli pupuk bersubsidi sesuai dengan dosis anjuran pemupukan berimbang spesifik lokasi.
- e. Dapat meningkatkan produktifitas dan produksi pertanian di Jorong Kaludan dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan nasional.

2. Distribusi Pupuk Bersubsidi

Menurut Kementerian Pertanian sesuai dengan syarat-syarat tertentu, produsen ditunjuk berdasarkan kedekatan geografis produsen dengan daerah yang menjadi tanggung jawabnya. Namun, ada juga dari produsen lain yang melakukan penyaluran pupuk sesuai dengan kondisi-kondisi tertentu. Kemudian produsen melakukan penunjukan terhadap distributor yang dapat memenuhi syarat-syarat tertentu dan selanjutnya pengecer sebagai penyalur atau penjual pupuk pada level petani dan kelompok tani (Poktan). Berdasarkan Peraturan Kementerian Memperindag No 15/M-DAG/Per/2015 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian, maka PT. Pupuk Indonesia (Persero) melaksanakan pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi melalui produsen, distributor dan penyalur di wilayah yang bertanggung jawab.

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pengecer pupuk bersubsidi di Jorong Kaludan, maka produsen yang menyalurkan pupuk bersubsidi di kios/pengecer rk.tani jenis Urea PIM bersumber dari PT. Iskandar Muda Aceh dan distributornya dari CV. Sumber

Subur. Sedangkan produsen yang menyalurkan pupuk bersubsidi jenis NPK Phonska bersumber Petro Kimia Gersik dan distributornya dari PT. Bintang Sejahtera Mandiri Pratama Padang. Pemerintah secara resmi memeperbaharui penyaluran pupuk bersubsidi pada tahun 2022. Pembaruan ini dilakukan untuk mengoptimalkan penyaluran pupuk bersubsidi kepada petani agar hasil pertanian dapat maksimal dalam rangka menjaga ketahanan pangan dan meningkatkan kesejahteraan perekonomian para petani. Aturan baru ini pun tertuang dala Peraturan Mentri Pertanian Nomor 10 Tahun 2022 tentang Tata Cara Penebysan Alokasi dan Harga Eceran Tertinggi Pupuk Bersubsidi Sektor Pertanian.

3. Upaya-Upaya Pembelian Pupuk Bersubsidi Di Jorong Kaludan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti penyediaan pupuk bersubsidi di Jorong Kaludan berdasarkan RDKK Kelompok Tani. Jika petani yang tidak tergabung di RDKK tani, maka petani tersebut tidak dapat membeli pupuk bersubsidi. Kelompok tani juga harus membeli pupuk bersubsidi sesuai dengan pengecer yang sudah ditunjuk dan ditetapkan oleh pemerintah. Adapun nama-nama kelompok tani yang sesuai dengan RDKK yang melakukan pembelian pupuk bersubsidi di Jorong Kaludan antara lain, kelompok tani Harapan Jaya Bersama terdiri dari 27 orang, kelompok tani Kaludan terdiri dari 29 orang, kelompok tani Buah Sakato terdiri dari 25 orang, kelompok tani Benta terdiri dari 25 orang, dan kelompok tani Kayu Tanam terdiri dari 27 orang.

4. Kesejahteraan Perekonomian Para Petani Jorong Kaludan

Berdasarkan hasil wawancara dengan judul artikel diatas, maka dengan petani yang melakukan pembelian pupuk bersubsidi tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat di Jorong Kaludan, karena pupuk bersubsidi harganya lebih murah dibandingkan dengan pupuk non subsidi dan mutunya juga bagus, tetapi tergantung dengan seimbangny luas sawah dengan pemberian pupuk sehingga dapat meningkatkan hasilnya. Jika pupuknya tidak seimbang dengan luas sawah maka hasilnya tidak memadai. Supaya hasilnya memadai pupuknya harus seimbang dan cukup sesuai dengan luas sawah petani tersebut. Tentunya dengan pupuk yang tidak terlalu mahal dan hasilnya banyak sehingga meningkatnya perekonomian para petani. Tetapi kalau pupuk yang non subsidi dan harganya mahal petani hanya bisa membeli pupuk tersebut sedikit, maka pupuk tersebut tidak cukup dan hasilnya pun sedikit.

a. Kesejahteraan

Pembangunan pertanian mempunyai peran yang strategis dan penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan yang didominasi oleh petani. Menurut Sunarti (2012), kesejahteraan adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial, material, maupun spritual yang diliputi rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin yang memungkinkan setiap warga negara untuk mengadakan usaha-usaha pemenuhan jasmani, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri sendiri, rumah tangga, serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi (Liony, dkk, 2013). Para ahli ekonomi melihat

kesejahteraan sebagai indikasi dari pendapatan individu (*flow of income*) dan daya beli (*purchasing of power*) masyarakat. Konsep kesejahteraan memiliki pengertian yang sempit karena dengan hanya melihat pendapatan sebagai indikator kemakmuran ekonomi berarti kesejahteraan dilihat sebagai lawan dari kondisi kemiskinan (Dwi 2008 diacu oleh Widyastuti 2012). Tingkat kesejahteraan dikatakan meningkat apabila terjadi peningkatan riil dari pengeluaran per kapita yaitu peningkatan nominal pengeluaran lebih tinggi dari tingkat inflasi pada periode yang sama (Skoufias, 2000 diacu Mardiharini, 2002).

b. Perekonomian

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting dalam membangun perekonomian nasional termasuk perekonomian daerah, karena sektor pertanian berfungsi sebagai penyedia bahan pangan untuk ketahanan pangan masyarakat, sebagai instrumen pengentasan kemiskinan, penyedia lapangan kerja, serta sumber pendapatan masyarakat. Menurut Abraham Maslow, ekonomi adalah salah satu bidang pengkajian yang berusaha menyelesaikan masalah asas kehidupan manusia dengan cara mempersatukan segala sumber ekonomi yang ada berdasarkan teori serta prinsip ekonomi yang dinilai efektif dan efisien. Perekonomian juga dapat diartikan sebagai serangkaian besar kegiatan produksi dan konsumsi yang saling terkait yang membantu dalam menentukan bagaimana sumber daya yang langka dialokasikan.

c. Petani

Secara umum pengertian petani adalah seseorang yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dari

kegiatan usaha pertanian, baik berupa usaha pertanian di bidang tanaman pangan, hortikultural, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Menurut Mosher (1987-1989) memberi batasan bahwa petani adalah manusia yang bekerja memelihara tanaman dan atau hewan untuk diambil manfaatnya guna menghasilkan pendapatan. Batasan petani menurut Departemen Pertanian Republik Indonesia adalah pelaku utama agribisnis, baik agribisnis monokultur maupun polikultur dari komoditas tanaman pangan, hortikultural, peternakan, perikanan dan atau komoditas perkebunan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Pupuk Bersubsidi sangatlah penting bagi petani di Jorong Kaludan. Pupuk bersubsidi merupakan pupuk yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk sektor pertanian. Khususnya di Jorong Kaludan. Di Jorong Kaludan terdapat kios/pengecer pupuk yang menyediakan pupuk bersubsidi. Ibu Ratna Murni merupakan pengecer pupuk bersubsidi di kios tersebut dan beliau sudah mendapat izin usaha dari pengelolaan pupuk bersubsidi. Tahun-tahun sebelumnya pupuk bersubsidi yang tersedia di kiost tersebut antara lain pupuk Urea, SP-36, ZA, NPK, dan Organik. Tetapi mulai tahun 2022 bulan July ada dua jenis saja pupuk bersubsidi yang disediakan pemerintah di kios tersebut yaitu pupuk Urea PIM dengan harga Rp.2.250/kg dan pupuk NPK Phonska dengan harga Rp. 2.300/kg. Produsen yang menyalurkan pupuk bersubsidi jenis Urea PIM bersumber dari PT. Iskandar Muda Aceh dan distributornya dari CV. Sumber Subur. Sedangkan produsen

yang menyalurkan pupuk bersubsidi jenis NPK Phonska bersumber dari Petro Kimia Gersik dan distributornya dari PT. Bintang Sejahtera Mandiri Padang. Harga pupuk bersubsidi tersebut sudah ditetapkan oleh Menteri Pertanian dalam bentuk Harga Eceran Tertinggi (HET). Cara petani melakukan pembelian pupuk bersubsidi tersebut diharuskan bergabung melalui RDKK Tani. Dengan RDKK Tani para petani bisa membeli pupuk bersubsidi. Adapun nama-nama kelompok tani yang sesuai dengan RDKK melakukan pembelian pupuk bersubsidi di Jorong Kaludan antara lain, kelompok tani Harapan Jaya Bersama, Kaludan, Tuah Sakato, Benta, dan Kayu Tanam. Keuntungan petani membeli pupuk bersubsidi tersebut dapat meningkatkan produktifitas dan produksi pertanian di Jorong Kaludan, sehingga kegiatan pertanian menjadi lebih mudah.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka petani yang melakukan pembelian pupuk bersubsidi tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat di Jorong Kaludan, karena dengan pupuk bersubsidi harganya lebih murah dibandingkan dengan pupuk non subsidi dan mutunya juga bagus, tetapi tergantung dengan seimbangnnya luas sawah dengan pemberian pupuk sehingga dapat meningkatkan hasilnya. Tetapi kalau pupuk yang non subsidi dan harganya mahal petani hanya bisa membeli pupuk tersebut sedikit, maka pupuk tersebut tidak cukup dan hasilnya pun sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuso, (2010). *Ketersediaan Pupuk 2010-2014 dan Subsidi Pupuk*. Artikel.
- Ardiyanto, dkk. (2013). *Kajian Pupuk Bersubsidi Di Pekalongan (Studi Kasus di Kecamatan Kesesi)*.

- Diponegoro Journal Of Economics*. Volume 2 Nomor 1
Halaman 1-15.
- Arifin, Bustanul. (2004). *Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia*. Penerbit Buku Kompas: Jakarta.
- Esmawati, Wawancara Pribadi. *Upaya Pembelian Pupuk Bersubsidi Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Para Petani Di Jorong Kaludan*. 23 Agustus 2022.
- Hendrawan, (2011). Analisis Kebijakan subsidi pupuk : Pola penentuan subsidi dan system distribusi pupuk di Indonesia, Pasca sarjana IPB Bogor. *Jurnal manajemen dan agribisnis*. Vol.8 No2, Hal 85-86.
- Hendrawan, D.S. Daryanto, A. Sanim, B.& Siregar, H. (2011). Analisis kebijakan subsidi pupuk: Pola penentuan subsidi dan sistem distribusi pupuk di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 8(2), 85-96.
- Peraturan Menteri Pertanian
Nomor:122/Permentan/SR.130/11/2013 tentang
Kebutuhan Pupuk Eceran Tertinggi (HET) Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian.
- Rachman, B. (2003). Kebijakan Subsidi Pupuk: Tinjauan Terhadap Aspek Teknis, Manajemen dan Regulasi. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*.
- Ratna, M. Wawancara Pribadi. *Upaya Pembelian Pupuk Bersubsidi Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Para Petani Di Jorong Kaludan*. 23 Agustus 2022.
- Surat Keputusan Memperindag No. 70/MPP/Kep/2/2003 tanggal 11 Februari 2003, tentang *Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian*.
- Tambunan, Tulus T.H. (2003). *Perkembangan Sektor Pertanian Di Indonesia. Beberapa Isu Penting*. Ghalia: Jakarta.
- Watiha,dkk. (2012). Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*.Volume 1, hlm 37-38.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JAGUNG GORENG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT

Rahmadani

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen
Bisnis Syariah**

Email : ramadani8543@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha jagung goreng 4 saudara yang ada di Nagari Balai Bagamba kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam. Usaha ini didirikan pada tahun 2016 yang merupakan usaha keluarga dan termasuk usaha kecil. Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan strategi dalam usaha jagung goreng dan mengidentifikasi faktor eksternal maupun internal yang menghambat proses pengembangan usaha di bidang produksi makanan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan diuraikan dengan kata-kata. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan penambahan dari jurnal-jurnal yang terkait dengan penelitian. Strategi yang dilakukan oleh pihak usaha jagung goreng yaitu: 1) meningkatkan modal usaha 2) meningkatkan jumlah produksi 3) meningkatkan pangsa pasar 4) menambah varian rasa 5) mempertahankan loyalitas pelanggan 6) menambah jumlah anggota pekerja 7) mempertahankan kualitas produk. Usaha jagung goreng diharapkan dapat melaksanakan strategi yang telah ditetapkan dengan melakukan pertimbangan sesuai dengan faktor eksternal dan internal untuk meningkatkan dan mengembangkan produk di masa yang akan datang.

Kata Kunci: Jagung Goreng, Strategi Pengembangan, Ekonomi

PENDAHULUAN

Berdasarkan data kementerian pertanian produksi jagung tahun 2016 mencapai 23,16 juta ton, naik sekitar 4 juta ton dari produksi tahun 2015 yang mencapai 19 juta ton (Julianto 2017). Hasil produksi tersebut sebanyak 8,6 juta ton dimanfaatkan untuk pakan dan 5,2 ton digunakan untuk

pangan(kementerian perindustrian, 2016). Pemanfaatan biji jagung menjadi makanan yang memiliki nilai jual tinggi yang belum banyak dilakukan, Salah satu kendala yang terjadi dilapangan adalah kurangnya pengetahuan masyarakat untuk mengolah biji jagung menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Terdapat beberapa produk diversifikasi biji jagung menjadi makanan yang memiliki nilai jual tinggi diantaranya adalah jagung goreng.

Jagung goreng adalah makanan ringan yang terbuat dari biji jagung kering melalui proses perendaman, penggorengan yang disertai dengan bumbu kemudian dikemas dalam bentuk plastik dengan ukuran yang disesuaikan dengan selera konsumen (Mahendraddatta, 2007).

Jagung goreng merupakan cemilan yang cukup populer khususnya di kabupaten agam yang memiliki banyak sumber bahan baku jagung. Untuk itu dibutuhkan informasi tentang cara pengolahan jagung yang lebih baik dan pengenalan teknologi berupa alat pengemasan jagung goreng sehingga hal ini memperpanjang umur simpan dari produk yang dihasilkan. Untuk itu dibutuhkan informasi tentang cara pengolahan jagung yang lebih baik dan pengenalan teknologi berupa alat pengemasan jagung goreng sehingga hal ini memperpanjang umur simpan dari produk yang dihasilkan. Hal ini secara langsung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya bagi UMKM yang memproduksi jagung goreng.

Usaha jagung goreng perlu menerapkan strategi dalam pembuatan produk maupun pemasarannya dengan baik agar usaha tersebut dapat berkembang dimasa yang akan datang dan memiliki keunggulan sehingga dapat memenangkan persaingan, dan juga diperlukan adanya pengetahuan tentang pemasaran, penguasaan teknologi informasi dan sebagainya.

Manusia memanfaatkan lahan yang digunakan untuk berbagai macam keperluan diantaranya untuk pemukiman, aktivitas industri. Masyarakat masih sangat bergantung terhadap alam dalam usaha perekonomiannya.

Pada pembahasan kali ini agar penelitian lebih terfokus dan terarah penulis meneliti bagaimana strategi pengembangan usaha jagung goreng dalam meningkatkan perekonomian masyarakat balai bagamba Kec.Banuhampu, Kab.Agam, provinsi Sumatera Barat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan diuraikan dengan kata kata, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bermaksud memperoleh gambaran dari suatu gejala masyarakat. Analisis model menggunakan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dan identifikasi mengenai strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha jagung goreng balai bagamba yaitu melalui strategi pemasaran yang diterapkan usaha tersebut yang meliputi produk,promosi,harga dan tempat.

Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 25-26 agustus 2022. Observasi adalah proses pengamatan yang dilakukan oleh peneliti sendiri yaitu pada usaha jagung goreng balai bagamba. Sedangkan wawancara dalam penelitian ini dilakukan langsung terhadap pemilik usaha jagung goreng.

PEMBAHASAN

1. Latar Belakang Tempat Penelitian

Balai bagamba merupakan salah satu jorong yang terdapat di Nagari Kubang Putih, jorong yang terdapat di kubang putih diantaranya: jorong Aia Kaciak, jorong Balai Bagamba, jorong Bulaan Kamba, jorong Gurun Aua, jorong Kalumpang, jorong Kampuang Nan Limo, jorong Kampuang Pili, jorong Koto Baru, jorong Kubu Katapiang, jorong Kuruak Pakan ahad, jorong Lukok, jorong Lurah Surau Baranjuang, jorong Mato Jariang, jorong Pincuran landai. Kubang putih merupakan salah satu nagari yang terdapat dalam kecamatan banuhampu kabupaten agam, provinsi Sumatera Barat. Nagari Kubang Putih merupakan bagian dari luhak agam. Kubang Putih merupakan salah satu dari 6 nagari yang terdapat di Kecamatan Banuhampu Sungai Puar yaitu Pakan Sinayan, Padang Lua, Cingkariang, Ladang Laweh, Taluak IV Suku, dan Kubang Putih. Kubang Putih mempunyai luas wilayah 6,39 km². Posisinya berada di kaki Gunung Berapi dengan ketinggian 1000-1050 meter di atas permukaan laut, sehingga memiliki hawa yang sejuk dan cenderung dingin dengan kemiringan 0-15o (agak landai). Temperatur udara sekitar 15,3-24,°C, sedangkan kelembaban udaranya sekitar 81,6-90,6° dan curah hujan 1600mm/tahun. Usaha jagung goreng yang berlokasi di nagari Balai Bagamba kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam dekat simpang Balai Bagamba yang mayoritas masyarakat disana berprofesi sebagai petani. Usaha jagung goreng yang dijalankan oleh Bapak Joko yang merupakan usaha keluarga.

2. Gambaran Umum Usaha Jagung Goreng

Salah satu usaha yang banyak dijumpai dan usaha yang memiliki peluang dalam bisnis usaha berupa makanan ringan yaitu usaha jagung goreng yang banyak diminati oleh masyarakat. Usaha jagung goreng memiliki beberapa keunggulan diantaranya adalah bahan mentah yang mudah didapat berupa jagung, dan jagung juga kaya akan gizi. Selain nikmat sebagai cemilan jagung juga kaya akan manfaat ketika dikonsumsi.

Usaha jagung goreng begitu sangat menguntungkan dan juga tidak asing lagi di kalangan masyarakat dan merupakan makanan ringan saat menonton atau sedang santai, jagung goreng juga merupakan salah satu usaha yang memiliki modal yang minim. Usaha jagung goreng ini merupakan usaha yang sudah dijalankan sekitar 6 tahun yaitu tahun 2016. Usaha ini lumayan mengalami perkembangan dari tahun ke tahun walaupun itu hanya sedikit, tapi menurut pemilik usaha Bapak Joko menyatakan bahwa Alhamdulillah usaha yang saya jalankan sedikit demi sedikit ada kemajuan.

Dari hasil observasi usaha jagung goreng memiliki anggota 3 orang yaitu 2 orang memasak produk dan pengemasan dan 1 orang lagi pengantaran jagung yang telah dikemas ke toko-toko yang sudah menjadi langganan, usaha jagung goreng yang ada di nagari Balai Bagamba sudah keluar dari daerah bukittinggi ada yang di padang panjang, payakumbuh, pasaman dan juga di pekan baru. dalam pemasaran produk jagung goreng pemilik usaha melakukan atau menjual jagung goreng ke warung-warung kecil sampai ke grosiran.

Usaha jagung goreng ini merupakan usaha rumahan yang mana usaha tersebut memiliki ciri khas nya sendiri,

usaha jagung goreng dari segi harga lumayan murah dalam satu kemasan (isi 25) dijual dengan harga Rp. 9000 bagi grosiran, jika dijual eceran dengan harga Rp. 500. Penjualan jagung goreng lumayan gampang karena banyaknya peminat dari kalangan anak-anak. Dari segi harga penjualan jagung goreng memilih untuk bertahan dalam harga karena tidak ada perubahan dari tahun ketahun dikarenakan kurangnya varian bentuk atau rasa dari jagung goreng. Kurangnya modal dari usaha untuk menambah varian serta alat-alat yang digunakan untuk memasak dan pengemasan jagung.

3. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari Strategos dalam Bahasa Yunani merupakan gabungan dari stratos (tentara) dan ego (pemimpin). Suatu strategi yang mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Strategi adalah suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya dengan melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan (Sesra Budio, 2019).

Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap suatu lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting. Dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar.

b. Tipe-tipe Strategi

Menurut Rangkti, pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan pada 3 tipe strategi yaitu:

1) Strategi Manajemen

Strategi Manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya: strategi pengembangan produk, penetapan harga dan sebagainya.

2) Strategi Investasi

Strategi Investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya: strategi bertahan atau strategi divestasi.

3) Strategi Bisnis

Strategi Bisnis juga disebut sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya: strategi pemasaran, strategi produksi, dan strategi distribusi.

c. Proses manajemen strategis

1) Merumuskan strategi

Kegiatan yang perlu yang perlu dikembangkan visi dan misi perusahaan, mendefinisikan peluang dan ancaman, mengidentifikasi kekuatan, menetapkan tujuan yang hendak dicapai, menentukan strategi yang akan digunakan.

2) Pelaksanaan strategi

Dalam implementasi strategis bisnis perumusan kebijakan dan dorongan karyawan, sehingga strategi dapat dijalankan dengan baik. Selain itu penerapan strategi juga termasuk membuat struktur organisasi penggunaan sistem informasi yang efektif.

3) Tinjauan strategis

Evaluasi strategi adalah langkah terakhir dalam manajemen strategis. Kegiatan dalam manajemen strategi adalah mengkaji faktor yang dapat mempengaruhi, baik itu faktor internal maupun itu faktor eksternal, meningkatkan kinerja dan mengambil tindakan yang korektif, evaluasi strategi sangat penting karena keberhasilan yang sekarang belum tentu dapat dijadikan jaminan di masa yang akan datang.

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Manajemen strategi memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah untuk menjalankan, mengevaluasi efektifitas dan efisien strategi yang sudah dipilih. Sehingga perusahaan bisa melakukan inovasi produk atau barang yang sesuai dengan keinginan konsumen (Husein Umar, 2010).

4. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha Jagung Goreng di Balai Bagamba

Strategi pengembangan bisnis mencakup keseluruhan bisnis termasuk rencana, metode, teknik, media, dan taktik yang digunakan untuk mengembangkan bisnis sehingga dapat mencapai tujuan bisnisnya. Riset pasar, riset dan analisis segmen pasar, pembeli sasaran dan perilaku pembeli dan menjalankan strategi pengembangan

pasar, menurut Bakhri azis dan Kusum (2019). Dilihat dari jenis pengembangannya, dapat dibagi menjadi beberapa strategi, antara lain strategi pengembangan pasar dari sisi produk. Kemungkinan besar merupakan langkah pertama yang diambil sejak produk utama diluncurkan dan dikembangkan. Masalah profitabilitas dan popularitas dan kualitas diselesaikan dan diterima oleh pasar strategi, pengembangan pasar dari sisi pasar adalah strategi pemasaran produk, dan strategi pengembangan pasar dari sisi inovasi adalah penciptaan produk dan strategi untuk mendapatkan manfaat yang terkait dengan memperbarui dan produk yang ada.

Manajemen perkembangan diartikan sebagai perkembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak dalam suatu organisasi, adanya partisipasi dari anggota kelompok dalam organisasi, yang berguna untuk proses perubahan dan mengembangkan suatu organisasi yang bersangkutan, dapat berlangsung dari waktu ke waktu dengan adanya perubahan-perubahan sehingga nantinya dapat menciptakan kondisi yang lebih memuaskan di masa yang akan datang.

Strategi perkembangan produk dapat dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu:

- a. Pemunculan gagasan, pada tahap ini harus menjelaskan produk dan pasar yang ingin dituju dan mengemukakan tujuan dari produk itu.
- b. Penyaringan gagasan, menyaring beberapa gagasan dan mengelompokkan dan ditelaah sehingga mendapat gagasan yang sesuai dengan harapan.

- c. Pengembangan dan pengujian, gagasan yang telah ditelaah dilanjutkan dengan menyempurnakan sehingga menjadi konsep yang dapat diuji.
- d. Pengembangan strategi pemasaran, pengembangan suatu rencana awal strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk baru ke pasar.
- e. Analisis bisnis, mengevaluasi daya tarik bisnis dengan memerlukan banyak proyeksi penjualan.
- f. Pengembangan produk, jika konsep dapat melalui uji bisnis sehingga dilanjutkan sehingga menjadi suatu produk fisik.
- g. Pengujian pasar, setelah konsep produk sesuai dengan yang diharapkan, lanjut dengan proses kemasan dan pemasaran awal
- h. Komersialisasi, menguji pasar yang memungkinkan akan memberikan info yang cukup untuk memutuskan dapat atau tidak produk diluncurkan.

1) Bahan baku

- a) Jagung, 150 kg
- b) Minyak 60 L
- c) Garam
- d) Bumbu lainnya

2) Produksi

Proses produksi yang dilakukan dalam pembuatan jagung goreng yang ada di Balai Bagamba yaitu dalam sehari produksi jagung yang digunakan sebanyak 150 kg jagung/hari. Diantaranya yaitu:

- a) Jagung direndam selama 10 jam agar jagung tidak terlalu keras
- b) Kemudian, Jagung direbus dengan air yang sudah dikasih bumbu atau resep, supaya

jagung dapat mengembang saat digoreng, perebusan jagung dilakukan sampai jagung pecah

- c) Jagung dijemur selama 1-2 hari sampai jagung kelihatan kering ,
- d) Haluskan bumbu dan resep lainya dan campurkan ke dalam jagung tadi,
- e) jagung digoreng dalam minyak sampai kelihatan kuning dan kering dan setelah mengembang jagung diangkat



- f) Proses pengemasan menggunakan mesin yang sudah dirancang khusus dengan ukuran tertentu



- g) Jagung dikemas dan siap dipasarkan ke toko-toko atau ke tempat langganan



5. Faktor Internal Pengembangan Usaha Jagung Goreng

Menurut jogiyanto (2005,hlm. 46) sumber pro dan kontra dan kekuatan dan peluang perusahaan. Analisis SWOT dijadikan model dalam menganalisis organisasi yang berpusat pada profit dan non non profit yang bertujuan untuk mengetahui keadaan organisasi.

Faktor kekuatan (strength)

Kekuatan dalam hal ini adalah potensi dan kondisi yang dimiliki oleh pemilik usaha makanan ringan dikaitkan dengan pengembangan usaha jagung goreng adalah:

- a. Pengalaman pemilik usaha dalam pembangunan

Proses pembangunan jagung goreng mempengaruhi keterampilan dan bisnis usaha di bidang makanan.maupun dalam pendidikan formal dan informal nya rendah tetapi dengan adanya pengalaman di bidang usaha dan pemasaran serta menarik pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha karena pengaruh pandemi harga permintaan barang menurun dan

pemasukan menurun sehingga kurangnya produksi pada tahun belakang ini.

b. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat

Menurut pemilik usaha masyarakat sekitar juga membantu dalam proses produksi sehingga perekonomian masyarakat sekitar terbantu dan juga dapat menambah ilmu dalam memproduksi jagung goreng. masyarakat disekitar nagari Balai Bagamba umumnya berprofesi sebagai petani dan kadang ada juga yang membantu dalam pengemasan dan lainnya.

c. Tempat produksi milik sendiri

Adanya tempat produksi yang dimiliki dapat mengurangi biaya produksi jagung goreng. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha jagung goreng ini merupakan tempat milik pribadi dan mendapatkan keuntungan karena tidak mengeluarkan biaya tempat hanya biaya produk

d. Produk banyak disukai oleh masyarakat

Jagung goreng merupakan makanan ringan yang banyak disukai oleh orang dewasa dan anak-anak karena merupakan makanan yang menemani disaat santai dan juga cemilan saat menonton tv dan sebagainya.

e. Penggunaan teknologi dalam pembangunan jagung goreng

Penggunaan teknologi dalam pengemasan jagung yang mana sekarang sudah menggunakan menggunakan mesin. Dengan adanya mesin dapat mempermudah dan menghemat waktu dalam proses pengemasan serta mempercepat proses dalam produksi.

Faktor Kelemahan/ Weakness

a. Keterbatasan dalam Modal

Modal adalah sumber daya yang paling penting dalam pengembangan usaha jagung goreng. Keterbatasan modal merupakan salah satu penghambat dan menjadi kelemahan pemilik usaha jagung goreng dalam mengembangkan usaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha cukup sulit mengembangkan produk usaha agar lebih banyak lagi karena faktor keuangan yang menghambat sehingga produksi jagung goreng dengan alat yang seadanya.

b. Proses pengerjaan yang memakan banyak waktu

Dalam proses pengerjaan produksi adanya hambatan seperti saat mengeringkan jagung setelah direndam, adanya faktor alam seperti turun hujan dan cuaca yang mendung sehingga memakan proses penjemuran yang jagung yang dijemur tidak akan kering.

c. Kurangnya varian rasa dalam jagung goreng

Dalam pembuatan jagung goreng yang hanya memiliki satu rasa tidak adanya varian rasa dalam pembuatan jagung goreng supaya menarik masyarakat atau peminat cemilan jagung.

6. Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Jagung Goreng

Faktor yang menghambat dalam pengembangan bisnis usaha jagung goreng. Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian serta observasi yaitu, dalam aspek pemasaran dan kekurangan alat.

Faktor penghambat yang pertama yaitu kurangnya modal usaha. Berdasarkan hasil penelitian pada usaha jagung goreng pihak usaha kurangnya modal hanya

mengandalkan usaha pribadi sehingga proses pengembangan suatu usaha bertahap sedikit demi sedikit.

Faktor yang kedua yaitu aspek pemasaran. Aspek pemasaran juga menghambat dalam pengembangan usaha jagung goreng. Hal tersebut karena banyaknya persaingan pasar yang membuat produk usaha tersebut sulit untuk memenangkan persaingan karena banyak nya produk yang lebih unggul dan berdaya saing.

Faktor ketiga kurangnya tenaga kerja yang mana membutuhkan tenaga kerja yang lumayan cukup banyak dalam hal produksi, pengantaran serta pemasaran.

Selain itu pemanfaatan teknologi yang masih relatif rendah juga menjadi faktor penghambat pengembangan usaha ini. Hal tersebut karena lokasi usaha berada di perkampungan, dan jauh dari pusat kota. Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha jagung goreng tersebut, Bapak Joko mengungkapkan bahwa usaha ini saya jalankan dari nol dan tidak ada apa-apa hanya tekad dan niat usaha yang mendorong saya supaya terus berkembang sehingga sampai sekarang alhamdulillah sudah ada perubahan sedikit demi sedikit. Dari penelitian yang telah dilakukan bahwa usaha tersebut dijalankan dengan usaha dan modal pribadi dan berbekal kepandaian dalam memproduksi dan mengolah jagung goreng.

7. Faktor Eksternal Pengembangan Usaha Jagung Goreng

Faktor peluang/ Opportunities

a. Harga yang terjangkau

Dari segi harga yang lumayan murah dan terjangkau sehingga semua orang bisa menikmati nya baik kalangan menengah dan atas, mempermudah

dalam pemasaran produk yang modalnya tidak terlalu banyak.

b. Konsumsi terhadap barang jadi

Konsumsi terhadap barang jadi berpengaruh seiring perkembangan zaman, karena masyarakat lebih suka sesuatu yang instan. Dapat dilihat dari banyaknya kalangan yang lebih memilih makanan ringan. Jagung goreng sangat baik dikonsumsi karena bahan pembuatannya tidak mengandung pengawet, dan menjadi peluang bagi usaha jagung goreng dalam memproduksinya.

c. Pertumbuhan ekonomi daerah

Masyarakat mencari pemenuhan kebutuhan makanan yang berkualitas tinggi, terjangkau dan praktis dalam penyajian. Hal ini menjadi peluang bagi para pemilik modal untuk mengembangkan usaha seperti usaha jagung goreng. Dampak dari pertumbuhan ekonomi mempengaruhi meningkatnya kebutuhan pangan masyarakat dan meningkatkan daya beli masyarakat.

8. Faktor Pendukung Pengembangan Usaha Jagung Goreng

Jagung goreng tentunya sudah tidak asing lagi terdengar di telinga kita. Jagung goreng memiliki cita rasa yang khas dan cocok untuk menemani di saat santai. Adapun faktor pendukung pengembangan usaha jagung goreng ini yaitu tersedianya bahan baku yang mudah didapat dan harga jual yang relatif murah. Dari hasil penelitian dilihat bahwa dalam melakukan proses produksi pelaku usaha sangat mudah untuk memperoleh bahan baku sehingga juga akan memudahkan dalam proses produksinya. Biasanya pelaku usaha jagung goreng

membeli bahan baku yaitu jagung ke masyarakat sekitar yang memiliki hasil panen jagung dan juga kebanyakan bahan mentah dibeli dari petani yang mempunyai hasil panen berupa jagung.

Menurut pelaku usaha jagung goreng proses produksinya termasuk murah dan mudah dan menghasilkan jagung goreng yang memiliki rasa yang enak. Selain itu harga jual yang relatif murah dan terjangkau menjadikan jagung goreng lumayan banyak diminati oleh anak-anak maupun dewasa. Hal ini dapat dilihat dari konsumen yang membeli produk tersebut tidak hanya anak saja namun sering sekali dari kalangan dewasa yang datang untuk membeli dan menikmati jagung goreng untuk menemani disaat santai.

Faktor ancaman (Threats)

a. Produk yang serupa

Banyak nya orang yang memproduksi makanan ringan seperti jagung goreng sehingga terjadinya persaingan pasar yang dapat menghambat kemajuan penjualan.

b. Perubahan selera konsumen

Perkembangan zaman yang sangat pesat membuat segala sesuatu hal baru seperti dalam bidang produksi makanan instan/ siap saji, yang mana banyak nya muncul makanan-makanan yang baru dan menyebabkan pergeseran selera dari masyarakat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dan mengikuti perkembangan zaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha jagung goreng yang ada di Nagari Balai Bagamba strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha jagung goreng adalah dengan menambah strategi dalam promosi sehingga permintaan suatu barang akan meningkat karena banyak nya minat dari masyarakat dan konsumen serta bertambahnya jumlah produk atau bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan jagung terutama bahan baku jagung.

Seiring perkembangan zaman dan semakin tingginya kebutuhan pangan suatu masyarakat menjadi peluang bagi pelaku usaha, terutama usaha di bidang barang jadi, banyaknya masyarakat lebih memilih mengkonsumsi sesuatu yang instan dan menghemat waktu. Usaha jagung goreng merupakan usaha yang dibidang lumayan murah dan modal yang tidak terlalu banyak, karena bahan yang dibutuhkan cukup mudah ditemukan dan diproduksi.

Strategi pengembangan usaha UKM berupa usaha jagung goreng berpengaruh dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, semakin tinggi pendapatan penduduknya maka semakin tinggi pula pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Terdapat banyak faktor yang menjadi penghambat dalam meningkatkan ekonomi suatu masyarakat, namun faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu faktor ekonomi dan faktor nonekonomi. Faktor ekonomi yang mempengaruhi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi adalah sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya modal dan keahlian atau kewirausahaan.

Penelitian ini dilakukan agar pelaku usaha di Nagari Balai Bagamba yang memiliki usaha jagung goreng dapat

menggunakan strategi pengembangan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar dan juga meningkatkan produksi usaha jagung goreng agar dikenal oleh banyak orang dan menjadi sasaran pasar dalam makanan siap saji serta banyak diminati.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Imelda & Niswatul Hidayati. (2021). *Pengembangan UKM Marning Jagung Mulya Jaya melalui Inovasi Produk dan Pemasaran*. Jurnal Prodima. IAIN Ponorogo.
- Aldillah, Rizma. (2017). *Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung di Indonesia. Analisis Kebijakan Pertanian*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Anggraeni, Putri. (2019). *Analisa Usaha Marning Jagung Skala Rumah Tangga*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Bobihu, Rekawati, & mahludin. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Stik Jagung pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Lestari*. Jurnal agronesia: Universitas Negeri Gorontalo.
- Budio, S. (2019). *Strategi Manajemen Sekolah*. Jurnal Menata, 2(2), 58
- Juliansyah, Eris. *Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan dalam Meningkatkan Kinerja*. jurnal ekonomi vol.3, no.2. Stie PGRI Sukabumi.
- Mahendradatta, M. 2007. *Pangan aman dan sehat: Prasyarat kebutuhan mutlak sehari-hari*. Lembaga Penerbitan Universitas Hasanuddin, Makassar.

- Maulidah, Silvana. (2010). *Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung*. Jurnal Agrise. Universitas Brawijaya.
- Muhammad, Anwar. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Tani Jagung*. Jurnal Ilmiah Rinjani. Universitas Gunung Rinjani.
- Mustafa, Arnida & Muhammad Tahir. (2018). *Sapsal Diversifikasi Produk Olahan Jagung menjadi Jagung Marning Berbagai Rasa*. Jurnal Dinamika Pengabdian vol.3. Universitas Hasanuddin.
- Sudarmin. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Tani Jagung didesa Marayoka Kecamatan Bangkalai Kabupaten Jeneponto*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Umar, Muhammad. (2021). *Strategi Pemasaran Usaha Jagung Marning dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat*. jurnal abdimas bongaya. Stiem Bongaya Makassar.

STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN USAHA KIPANG KACANG UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT

Tanti Afriani

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis
Syariah**

Email: tantiafriani145@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha kipang kacang yang beralamat di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan kecamatan Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar. Usaha ini awalnya didirikan oleh ibu tawar pada tahun 1950 yang merupakan usaha keluarga yang bersifat turun temurun usaha ini tergolong usaha kecil yang telah berdiri selama 72 tahun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasikan faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi perkembangan usaha kipang kacang dan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan dan penjualan usaha kipang kacang agar dapat meningkatkan omset penjualan usaha kipang kacang. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan diuraikan dengan kata-kata. Sumber data diperoleh secara primer dan sekunder, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan penambahan dari jurnal-jurnal yang terkait dengan penelitian. Strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pihak usaha kipang kacang yaitu: 1) memperbaiki sistem promosi 2) meningkatkan pangsa pasar 3) meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk 4) memberikan label atau merek pada produk 5) memperbaiki kemasan produk agar terlihat lebih menarik 6) mempertahankan loyalitas pelanggan. 7) menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai pihak. Usaha kipang kacang ini diharapkan dapat melaksanakan strategi yang telah ditetapkan dengan melakukan pertimbangan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal untuk meningkatkan volume penjualan produk dimasa yang akan datang.

Kata Kunci: Kipang Kacang, Marketing Mix, Strategi

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis terutama bisnis makanan maka para pembisnis dituntut untuk bisa bersaing dengan para pembisnis lainnya agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Bisnis makanan merupakan bisnis yang sangat menjanjikan dan memiliki prospek yang cukup besar apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Dilansir dari Rihanto (2019), pada tahun 2019 sektor Industri makanan dan minuman di Indonesia mempunyai potensi perkembangan yang cukup besar karena hingga agustus 2019 perkembangannya telah mencapai 6.77%. Salah satu sector yang dapat memberikan pemasukan yang cukup besar terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia ialah sector Industri makanan dan minuman karena memiliki *supply* dan *user* yang banyak (Rijanto,2021).

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam makanan tradisional yang memiliki ciri khas disetiap daerahnya dari Sabang sampai Merauke. Kipang kacang termasuk salah satu makanan tradisional khas Sumatra Barat. Makanan tradisional ialah makanan atau minuman yang memiliki cita rasa yang khas yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat tertentu dan diterima oleh masyarakat tersebut. Pada umumnya makanan tradisional sudah dikenal masyarakat setempat diolah dari dulu menggunakan bahan baku dari sumber daya lokal dan memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat setempat (Syuhardi,2018). Kipang kacang terbuat dari kacang yang dicampur dengan gula tebu sehingga menghasilkan cita rasa yang gurih dan manis yang khas karena rasanya yang khas tersebut kipang kacang sering dijadikan sebagai oleh-oleh ketika pergi keluar daerah Sumatra Barat. Usaha kipang kacang ini merupakan

usaha yang sangat menjanjikan dan memiliki prospek yang besar apabila dikelola dengan tepat.

Namun daya saing kipang kacang ini masih rendah hal ini terlihat dari proses pengelolaan kipang kacang yang masih bersifat tradisional yang dikelola tanpa menggunakan bantuan mesin, sehingga memerlukan waktu yang cukup lama untuk membuat kipang kacang tersebut, serta proses penjualannya yang dilakukan masih bersifat tradisional yakni pembeli harus mengunjungi rumah produksi untuk memperoleh kipang kacang atau dengan cara membeli dipasar tradisional dan ditoko-toko terdekat. Karena perkembangan bisnis yang semakin kompleks usaha kipang kacang dituntut untuk lebih gencar lagi dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat agar tidak kalah saing dan agar tetap eksis dan bisa berkembang ditengah perkembangan bisnis yang semakin kompleks.

Strategi pemasaran merupakan upaya penting yang dilakukan oleh perusahaan agar bisa bersaing dengan perusahaan lain. Strategi yang dimiliki oleh setiap perusahaan berbeda dalam memenangkan persaingan. Strategi pemasaran tidak lepas dari bauran pemasaran (*marketing mix*) atau yang dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, harga, promosi dan tempat (Rahmawaty, Nurfitriyenny & Permata, 2021). Produk (*product*) merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen, dalam hal ini produk yang ditawarkan berupa kipang kacang yang memiliki cita rasa yang berbeda dengan pesaing karena menggunakan bahan yang berkualitas dan gula tebu pilihan yang berwarna kekuningan. Dari keunggulan kipang kacang ini memungkinkan usaha kipang kacang ini dapat bersaing dan meningkatkan penjualan kipang kacang nantinya.

Pada saat ini, Kemasan kipang kacang masih bersifat tradisional yakni dengan dibungkus dengan menggunakan plastik transparan, dibandingkan dengan kemasan produk pesaing lainnya yang unik dan menarik kemasan kipang kacang jauh ketinggalan. Meskipun demikian pemilik kipang kacang harus berusaha untuk berinovasi agar lebih baik lagi sehingga bisa menciptakan loyalitas pelanggan untuk membeli kipang kacang.

Harga (*price*) merupakan nilai dari produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen, Menurut Rahmawaty, Nurfitriyenny & Permata, (2021) “Kebijakan harga sangat menentukan pemasaran sebuah produk, karena harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan”. Kebijakan harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sangat penting karena dapat membantu perusahaan dalam memengaruhi konsumen maupun bertahan dalam menghadapi pesaing. Harga yang ditawarkan oleh produsen kipang kacang sangat terjangkau yaitu 13.000 per bungkusnya.

Promosi (*promotion*) merupakan cara yang dilakukan untuk menginformasikan tentang sebuah produk agar menarik konsumen untuk membeli. Kipang kacang masih belum gencar dalam melakukan promosi hal ini dapat dilihat dari penjualannya masih bersifat tradisional yakni dijual dipasar, toko-toko dan dirumah produksi saja sehingga belum banyak diketahui oleh orang. Unsur pemasaran yang terakhir ialah tempat (*place*), dimana tempat pemasaran kipang kacang masih sekitar daerah Lintau.

Usaha kipang kacang ini didirikan pada tahun 1950 an yang merupakan usaha keluarga yang bersifat turun-terurun. Usaha kipang kacang ini merupakan kepemilikan pribadi dan

diproduksi dirumah sendiri yang dikelolah oleh beberapa orang anggota keluarga saja tanpa adanya karyawan yang membantu. Proses pengelolaan dan penjualan kipang kacang masih bersifat tradisional. Kipang kacang ini bisa bertahan selama 2 bulan apabila dikemas dengan baik. Pendapatan dari Penjualan kipang kacang ini tidak stabil dari bulan kebulan sehingga pemilik sulit untuk mencapai target keuntungan yang diinginkan.

Kendala yang sering juga dihadapi oleh pemilik dalam menjalankan usaha ini antara lain ketergantungan dalam modal, banyaknya pesing dan jarak tempuh untuk memperoleh bahan baku lumayan jauh.

Berdasarkan fenomena diatas penulis sangat tertarik untuk meneliti mengenai Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Kipang Kacang Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan identifikasi yang menyeluruh mengenai faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi perkembangan usaha kipang kacang dan dapat mengetahui bagaimana strategi yang tepat dalam melakukan penjualan dan pengembangan usaha kipang kacang agar dapat meningkatkan omset penjualan usaha kipang kacang di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan ialah dengan observasi langsung dilapangan yakni dengan melakukan pengamatan secara langsung ditempat usaha

kipang kacang serta melakukan wawancara dengan pemilik usaha kipang kacang dan 2 orang masyarakat sekitar. Kemudian juga dengan penambahan dari jurnal-jurnal yang terkait dengan penelitian.

PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Usaha Kipang Kacang

Usaha kipang kacang ialah sebuah tempat usaha yang memproduksi makanan khas Sumatra Barat. Usaha kipang kacang ini merupakan sebuah usaha rumahan yang bersifat turun temurun usaha ini tergolong usaha kecil dan dikelola oleh anggota keluarga saja. Kipang kacang terbuat dari kacang yang dicampur dengan gula tebu sehingga menghasilkan citarasa yang khas yang dapat diterima oleh lidah masyarakat. Usaha kipang kacang ini terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar.

Usaha kipang kacang ini didirikan oleh ibu tawar sekitar tahun 1950 karena tidak ada usaha dan ingin memiliki usaha beliau belajar membuat kipang kacang kepada ibuk upik setelah manhir dalam membuat kipang kacang beliau membuka usaha kipang kacang sendiri dan menjual ke masyarakat sekitar dan masyarakat pun menyukai kipang kacang buatan beliau. Usaha kipang kacang ibu tawar ini udah mulai banyak dikenal oleh masyarakat. Setelah beliau wafat usaha kipang kacang ini dilanjuti oleh anak-anak beliau yang bernama Laili, Nurma, dan Rapih dan dilanjutkan oleh cucunya Dewi pada tahun pada tahun 1996. Usaha kipang kacang ini tidak hanya menjual kipang saja tetapi juga menjual kipang emping.

2. Manajemen Strategi

Strategi adalah pilihan alternatif yang bisa digunakan oleh setiap individu maupun kelompok organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi sangat penting karena dengan adanya strategi semua yang dilakukan akan terarah dengan rapi. Manajemen strategi merupakan proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis yang diambil perusahaan guna untuk mencapai tujuan perusahaan. (Anjani, Ningsih. & Fajri 2018).

Untuk menciptakan strategi perusahaan atau organisasi harus menciptakan sesuatu yang berbeda dari pesaing. Oleh karena itu strategi berkaitan dengan keunggulan kompetitif perusahaan. Lima pendekatan strategi dasar yang bisa digunakan untuk membuat pembeda dengan pesaing, membangun loyalitas konsumen dan menciptakan keunggulan kompetitif yakni strategi menciptakan harga yang murah, strategi diferensiasi, strategi fokus pada biaya yang rendah, strategi fokus pada diferensiasi dan strategi memberikan biaya terbaik. Manajemen strategi bersifat berkelanjutan karena perubahan lingkungan internal maupun eksternal perusahaan oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan strategi.

3. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dengan cara mempertukarkan barang dan jasa secara bebas yang memiliki nilai yang sama (Hidayah, Ariefiantoro & Nugroho (2021). Sedangkan menurut Kusumawaty

(2018) pemasaran merupakan segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran barang maupun jasa. Pemasaran harus dapat menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen dan mengkombinasikan dengan data pasar seperti lokasi konsumen dan kesukaan konsumen.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah segala kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara menukar barang maupun jasa yang memiliki nilai yang sama. Strategi pemasaran adalah keseluruhan sistem dari kegiatan usaha mulai dari perencanaan, penentuan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Rusdi, 2019). Keberhasilan strategi pemasaran dapat diukur dari kemampuan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk yang ditawarkan, maka dapat dikatakan mereka puas terhadap produk yang ditawarkan, ini berarti bahwa strategi pemasaran yang dijalankan cukup berhasil. Selain itu keberhasilan strategi juga dapat diukur dengan mengukur tingkat laba yang diperoleh dan pengukuran lainnya.

Ada tiga kunci utama yang diperlukan untuk mewujudkan visi dan misi strategi pemasaran yang baik:

- a. Seluruh aspek strategi harus berfilosofi pada satu tujuan yaitu *diferentiation* strategi pembeda yang jelas dengan produk pesaing dan bukan hanya pada aspek penjualan saja.

- b. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berorientasi pada omset penjualan atau nilai yang dijual saja akan tetapi lebih pada kekuatan merek produk.
- c. Strategi pemasaran lainnya adalah menciptakan kekuatan merek produk dengan startegi pembeda yang jelas.

Secara umum terdapat empat pendekatan strategi pemasaran, antara lain sebagai berikut (Nurngaeni, 2021): adalah, strategi umum dan menyeluruh pemasaran., strategi penetrasi pasar, strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), dan strategi daur hidup produk (*Product life cycle*).

Pada penelitian ini menggunakan *makerting mix* sebagai pendekatan penentuan strategi pemasaran perusahaan. Strategi pemasaran tidak lepas dari bauran pemasaran (*marketing mix*) atau yang dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu baik berupa barang maupun jasa yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen memandang produk sebagai sesuatu yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Perencanaan produk meliputi aktivitas-aktivitas tertentu yang berkaitan dengan produk, seperti halnya mengidentifikasi suatu produk untuk membedakan dengan produk yang lain dengan memberikan merek serta ciri khas produk.

Usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Lintau Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar ini sangat

memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, usaha kipang kacang ini dalam memproduksi kipang kacang menggunakan bahan yang berkualitas dan gula tebu pilihan yang berwarna kekuningan, sehingga kipang kacang yang dihasilkan memiliki cita rasa yang berbeda dengan pesaing dengan keunggulan tersebut sangat memungkinkan usaha kipang kacang dapat bersaing dan meningkatkan penjualan kipang kacang nantinya.

Kipang kacang ini belum ada identitas merek atau label serta kemasannya masih bersifat tradisional yakni dengan menggunakan plastik trasparan, dibandingkan dengan kemasan produk pesaing lainnya yang unik dan menarik kemasan kipang kacang masih jauh ketinggalan. Meskipun demikian pemilik kipang kacang harus berusaha untuk berinovasi agar lebih baik lagi sehingga bisa menciptakan loyalitas pelanggan untuk membeli kipang kacang.

2) Harga

Harga merupakan salah satu unsur yang terkandung dalam bauran pemasaran yang dapat memengaruhi permintaan dan merupakan kunci penggerak posisi produk yang akan memengaruhi bagaimana produk atau merek akan dipresepsikan oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing. (Utami & Firdaus, 2018).

Harga merupakan salah satu elemen dari *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai sasaran pemasaran. Penentuan harga jual merupakan hal yang penting dalam strategi pemasaran. Tujuan dari penetapan harga jual yakni:

Pertama, meningkatkan volume penjualan, untuk memajukan dan mengembangkan perusahaan harus terus berusaha untuk meningkatkan volume perusahaan agar dapat bertahan dan tidak mengalami kemunduran. Kedua, Mencapai laba yang maksimal, Untuk mencapai laba yang maksimal perusahaan harus mampu mempertahankan konsumen yang ada dengan memenuhi kepuasan konsumen dengan cara memberikan produk yang berkualitas baik sehingga konsumen tidak merasa kecewa dan membeli kembali produk tersebut. Harga yang ditawarkan oleh usaha kipang kacang ini sangat terjangkau bagi semua kalangan yakni 13.000 per bungkus.

3) Tempat dan distribusi

Salah satu faktor penting dalam menentukan lokasi perusahaan adalah lokasi perusahaan tersebut, dimana lokasi perusahaan harus strategis dan dapat dijangkau oleh konsumen. Usaha kipang kacang ini terletak di Desa seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar. Lokasi usaha kipang kacang ini sangat strategis dan bisa terjangkau oleh konsumen.

4) Promosi

Promosi merupakan media untuk mengenalkan, mengajak, memengaruhi konsumen untuk mempertimbangkan, membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi digunakan sebagai media komunikasi pemasaran yang menggambarkan *brand voice* yang dijadikan alat untuk membangun hubungan baik dengan konsumen (Utami & Firdaus, 2018).

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal yang sebelumnya tidak membeli menjadi membeli. Promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Cara promosi usaha kipang kacang ini masih tergolong sederhana hal ini terlihat cara promosi yang masih bersifat tradisional promosi dilakukan dengan bertatap muka secara langsung atau sistem mulut kemulut serta pemasarnya dilakukan dengan menitipkan ke toko-toko, menjual dipasar tradisional dan dirumah produksi saja sehingga produk kipang kacang ini belum banyak diketahui oleh konsumen. Perusahaan harus bisa mempromosikan produknya menggunakan media sosial, dan yang lainnya agar lebih banyak dikenal oleh konsumen.

4. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi ialah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengembangan bisnis adalah penciptaan nilai jangka panjang perusahaan dari konsumen, pasar dan relasi. Pengembangan bisnis adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan bagaimana interaksi dari faktor-faktor tersebut berkombinasi untuk menciptakan peluang berkembang. Pengembangan bisnis menggambarkan sebuah fungsi bisnis yang dibangun secara menyeluruh dalam perusahaan. Pengembangan bisnis melibatkan semua aktivitas yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan pendapatan potensial untuk perusahaan, mengembangkan produk dan teknologi hingga

dapat dikomersialkan, dan membangun hubungan dengan partner potensial, konsumen dan stakeholder lainnya, serta memelihara dan meningkatkan hubungan untuk kepentingan perusahaan. (Anjani, Ningsih & Fajri, 2018).

Strategi pengembangan bisnis merupakan keseluruhan usaha termasuk perencanaan, cara, teknik, media dan taktik yang digunakan untuk mengembangkan bisnis sehingga dapat mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Untuk menjalankan strategi pengembangan pasar perlu dilakukan riset pemasaran, survei dan analisa segmen pasar, target pembeli dan perilaku pembeli. Menurut Bakhri, Aziz & Khulsum (2019) Ditinjau dari jenis pengembangannya maka dapat dibagi menjadi beberapa strategi diantaranya strategi pengembangan pasar dari sisi produk merupakan langkah yang paling mungkin dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh sehingga masalah profitabilitas serta popularitas dan kualitas sudah diterima dipasar. Strategi pengembangan pasar dari sisi pasar merupakan strategi dalam memasarkan sebuah produk dan strategi pengembangan pasar dari sisi inovasi merupakan strategi untuk meraih keuntungan berkaitan dengan penciptaan produk maupun memperbaharui produk yang sudah ada.

Untuk mengembangkan bisnis perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi bisnis adalah, a) Kebutuhan modal, b) Analisis tingkat resiko kegagalan usaha, c) Analisis tingkat keuntungan, d) Tren pasar dan pertumbuhan bisnis, e) Tingkat kesulitan yang dihadapi, f) Faktor internal dan eksternal organisasi atau perusahaan, dan g) Kualitas dan kebutuhan SDM.

Dalam hasil wawancara dengan masyarakat desa seroja tentang pengembangan usaha kipang kacang mengatakan bahwa “Rina mengatakan untuk mengembangkan produk usaha kipang kacang yang ada di Desa Seroja, Kualitas produk harus dipertahankan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Melakukan inovasi produk dan lebih gencar melakukan promosi. Sedangkan Nurlaili mengatakan untuk mengembangkan usaha kipang kacang yang ada di desa seroja dengan meningkatkan jumlah produksi dan memberikan merek pada produk”.

Dalam menjalankan usaha kipang kacang terdapat kendala-kendala yang dialami pemilik dalam pembuatan kipang kacang “Dewi mengatakan kendala yang dialami dalam menjalankan bisnis usaha kipang kacang antar lain: ketergantungan pada modal dan banyaknya pesaing”.

5. Faktor Internal Dan Eksternal Pengembangan Usaha Kipang Kacang

Menurut Bakhri, Aziz & Khulsum (2019) Analisis SWOT adalah sebuah cara perencanaan strategi yang dapat digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu organisasi perusahaan. Tujuan dari analisa lingkungan strategis adalah untuk mengetahui pengaruh-pengaruh utama, serta pemilihan strategi apa yang sesuai dengan tantangan yang datang dari lingkungan. Lingkungan organisasi dibagi menjadi dua bagian yakni lingkungan internal dan eksternal (Anjani, Ningsih & Fajri, 2018).

1. Faktor internal

Lingkungan internal merupakan faktor-faktor yang secara langsung dapat memengaruhi kinerja organisasi. Data kinerja setiap faktor dapat ditemukan

dari unit kerja yang ada dalam suatu organisasi. Secara umum data tersebut meliputi struktur, budaya, sumber daya, dan faktor internal lainnya. Faktor internal dalam analisis SWOT terdiri dari :

a. *Streght* (Kekuatan)

Streght (Kekuatan) merupakan faktor internal suatu perusahaan yang bersifat positif yang berperan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. *Streght* merupakan kondisi yang menjadi sumber kekuatan atau keunggulan dari perusahaan. Berikut yang menjadi kekuatan usaha kipang kacang ini diantaranya:

1) Bahan baku mudah diperoleh

Bahan baku merupakan komponen yang dibutuhkan dalam memproduksi suatu produk. Bahan baku dalam pembuatan usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar masih tergolong mudah untuk diperoleh. Bahan baku utama yang digunakan yaitu kacang tanah dan gula tebu.

2) Produk yang ditawarkan bebas dari pengawet

Usaha kipang kacang kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar dalam pembuatan produknya tidak menggunakan bahan pengawet sehingga aman untuk dikonsumsi.

3) Cita rasa yang khas

Cita rasa merupakan ciri khas yang dimiliki oleh produk sehingga dapat membedakan produk tersebut dengan produk yang lainnya. Usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar memiliki cita rasa yang khas yang dapat membedakannya dari produk kipang yang lainnya.

4) Merupakan makanan tradisional sumatra barat

Makanan tradisional merupakan makanan yang memiliki cita rasa yang khas dan biasanya dikonsumsi oleh masyarakat tertentu dan diterima oleh masyarakat tersebut. Kipang kacang merupakan makanan khas Sumatra Barat.

5) Tempat atau lokasi yang strategis

Usaha kipang kacang kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupate Tanah Datar terletak dekat jalan raya sehingga konsumen mudah mengunjungi tempat usaha tersebut.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness (Kelemahan) merupakan faktor internal perusahaan yang negatif dan dapat berperan dalam menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. *Weakness* merupakan kondisi yang menjadi sumber kelemahan dari perusahaan. Berikut yang dapat menjadi kelemahan usaha kipang kacang ini diantaranya:

1) Ketergantungan pada modal

Modal pengusaha kipang kacang ini dari modal sendiri. Pengusaha kipang kacang ini merupakan masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah. Permodalan yang belum kuat membuat usaha kipang kacang ini sulit berkembang.

2) Kurangnya melakukan promosi

Usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar masih kurang dalam melakukan promosi , hal ini terlihat dari jangkauan pemasarannya kurang luas pemasarannya hanya mencakup daerah sekitar lintau saja.

3) Belum adanya identitas merek

Usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar belum memiliki merek. Merek merupakan nama, lambang, simbol,yang menjadi identitas produk barang maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Merek ditunjukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk penjual yang lain. Merek dapat berupa nama, simbol atau rancangan kombinasi hal-hal tersebut. Merek sangat penting karena dengan adanya merek produk akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dan merek dapat menjadi pembeda produk kita dengan produk pesaing.

2. Faktor eksternal

Lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor yang tidak berhubungan secara langsung yang berasal dari luar organisasi. Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan politik, hukum, teknologi, keamanan dan sosiokultural. Lingkungan industri merupakan faktor yang erat hubungannya dengan operasional organisasi. Faktor ini diantaranya adalah pemasok, pembeli, pesaing, pelanggan, situasi produk, pemerintah dan faktor-faktor lain yang dianggap sebagai faktor eksternal organisasi atau perusahaan. Lingkungan eksternal dalam analisis SWOT terdiri dari:

a. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities (Peluang) merupakan faktor eksternal perusahaan yang bersifat menguntungkan dan dapat dijadikan sebagai alat untuk memajukan organisasi atau perusahaan. Berikut yang menjadi peluang pada usaha kipang kacang ini diantaranya:

- 1) Memiliki rasa yang khas dan berbeda dengan pesaing

Usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar memiliki rasa yang khas yang berbeda dari kipang yang lainnya sehingga dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan usaha.

- 2) Dijadikan sebagai oleh-oleh

Biasanya kipang dijadikan kipang kacang sering dijadikan sebagai oleh-oleh ketika hendak pergi keluar daerah Sumatra Barat.

b. *Tehreatnes* (Ancaman)

Tehreatnes (Ancaman) merupakan faktor eksternal perusahaan yang dapat mengganggu berjalanya organisasi perusahaan. Berikut ini yang menjadi ancaman pada perusahaan kipang kacang ini diantaranya:

6) Banyaknya pesaing

Pesaing merupakan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal perusahaan. Apabila suatu perusahaan mampu bersaing, dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan usaha agar lebih berkembang. Usaha kipang kacang yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar dalam strategi usaha kipang kacang dalam melakukan persaingan dengan selalu memperhatikan kepuasan konsumen dengan mempertahankan kualitas produk.

7) Permintaan yang musiman

Permintaan kipang kacang di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar. biasanya membludak pada hari raya sehingga pemilik akan kewalahan dalam menerima pesanan menjelang hari Raya.

KESIMPULAN

Usaha kipang kacang merupakan sebuah usaha yang memproduksi makanan khas Sumatra Barat yang terletak di Desa Seroja Nagari Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar. Strategi disini merupakan

upaya yang dilakukan untuk memaksimalkan penjualan dan penembangan usaha kipang kacang dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta memperkecil kelemahan dan ancaman dengan memanfaatkan peluang tersebut. Strategi pengembangan usaha kipang kacang merupakan segala tindakan atau upaya yang dilakukan untuk meningkatkan usaha kipang kacang agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Faktor-faktor internal yang menjadi *Streght* (Kekuatan) usaha kipang kacang adalah: bahan baku mudah diperoleh, produk yang ditawarkan bebas dari pengawet, merupakan makanan tradisional sumatra barat, memiliki cita rasa yang khas dan lokasinya yang strategis. Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi *Weakness* (Kelemahan) usaha kipang kacang adalah: ketergantungan pada modal, kurangnya promosi, dan belum memiliki identitas label atau merek.

Faktor-faktor eksternal yang menjadi *Opportunities* (Peluang) usaha kipang kacang adalah: memiliki rasa yang khas yang berbeda dari pesaing. Faktor eksternal yang menjadi *Tehreatnes* (ancaman) ialah banyaknya pesaing dan permintaan yang musiman.

Maka kesimpulan yang didapat dari penelitian diatas adalah bahwa strategi pemasaran dan pengembangan usaha kipang kacang yang dilakukan oleh usaha kipang kacang ini sebagian sudah sesuai dengan strategi pemasaran dan pengembangan usaha, Usaha kipang kacang ini selalu memperhatikan kepuasan bagi setiap konsumen dengan mempertahankan kualitas produk kipang kacang, namun pengembangan usaha yang dilakukan masih kurang maksimal hal ini terlihat dari kurang optimalnya pemasaran usaha kipang kacang. Maka pengambilan strategi pemasaran yang

tepat sangat diperlukan agar pengembangan pemasaran dapat meningkat.

Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran dan mengembangkan usaha sebagai berikut: Memperbaiki sistem promosi misalnya dengan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk agar dapat menjangkau jaringan konsumen yang lebih luas sehingga produk lebih dikenal. Meningkatkan pangsa pasar dengan melakukan penetrasi pasar misalnya dengan cara meningkatkan strategi promosi yang bertujuan mendorong pembelian ulang terhadap produk kipang kacang oleh konsumen, dan memperlakukan produk kipang kacang di daerah pemasaran baru untuk memperluas pangsa pasar. Meningkatkan jumlah produksi dan mempertahankan kualitas produk. Memberikan identitas label atau merek yang menarik dan mudah diingat, agar produk yang dijual lebih mudah dikenali oleh konsumen. Melakukan inovasi pada kemasan produk supaya terlihat lebih menarik, mempertahankan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dan menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A.D., Ningsih, C. & Fajri, I. (2018). *Strategi pengembangan bisnis rumah makan ganbatte suki, BBQ & steak bandung*. Jurnal Gastronomi Wisata: Universitas Pendidikan Indonesia & Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
- Bakhari, S., Aziz, A. & Khulsum, U. (2019). *Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Home Industri Kue Gampit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon*. Jurnal Dima Sejati:IAIN Skeh Nurjati Cirebon

- Hidayah, I., Ariefiantoro, T. & Nugroho, D.W.P.S. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Jurnal Solusi: Universitas Semarang
- Joesyiana, K. (2017). *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekan Baru*. Jurnal Valuta: Persada Bunda
- Kusumawaty, Y. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Kripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu)*. Jurnal Agribisnis: Universitas Riau
- Nurngaeni, A. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Study Kasus Pada Home Industry Subarna Batik Korya-Cilacap)*. Jurnal AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi: Universitas Nahdlatul Ulama Al- Gazali (Unugha) Cilacap.
- Rahmawaty, D., Nurfitriyenny & Permata, D. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Kipang Kacang Sanjai Kota Bukittinggi*. Jurnal Profita Akuntansi Dan Bisnis: Institut Teknologi Dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi.
- Rijanto, R. (2021). *Analisis Strategi Bersaing Bisnis Home Industry*. Jurnal Manajemen: Universitas Khatolik Pahrayaran Bandung.
- Rusdi, M. (2019). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis: Universitas Trunojoyo Madura.
- Syuhardi, Y.I. (2018). *Analisis Strategi Bersaing Industri Makanan Tradisional Khas Sumatra Barat*. Journal Af Applied Business and Economics: Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

Utami, H.N., & Fitdaus, I.F.A. (2018). *.Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Prilaku Online Shopping: Prefektif Pemasaran Agribisnis*. Jurnal Ecodemica: Universitas Padjadjaran.

PROFIL PENULIS BUKU KKN KELOMPOK 97



M. Imamuddin, lahir di Sampang 1 Agustus 1976. Anak pertama dari 3 orang bersaudara. Memulai pendidikan di SD lulus tahun 1990, SMP lulus tahun 1993 dan SMA lulus tahun 1996. Alhamdulillah pada tahun 1999 bisa melanjutkan ke jenjang strata 1 walaupun secara perekonomian orang tua tidak memungkinkan. Strata 1 di tempuh pada program S1 Pendidikan Matematika dan lulus pada tahun 2003, selanjutnya pada tahun 2004 mendapatkan kesempatan kuliah pada Program Magister Pendidikan Matematika dan lulus pada Januari 2007. Pada tahun 2009 terangkat PNS sebagai Dosen di Program Studi Pendidikan Matematika STAIN Bukittinggi sekarang UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. pada tahun 2015 mendapat kesempatan kuliah S2 yang kedua di Program Magister Ekonomi Syariah di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dan lulus sebagai lulusan satu-satunya tercepat dan terbaik (cumlaude) diangkatannya pada tahun 2017. Selanjutnya pada tahun 2019 memperoleh beasiswa program 5000 doktor dari Kementerian Agama Republik Indonesia dan bisa menyelesaikan Program Doktor dalam waktu 2 tahun tepatnya pada tahun 2021 yang merupakan lulusan tercepat sesama penerima beasiswa 5000 doktor di Indonesia serta didaulat sebagai lulusan terbaik pada program pascasarjana diacara wisuda angkatan 87. Bidang keahlian yang ditekuni sekarang dibidang Integrasi Pendidikan Matematika dan Islam.



Dhaifullah Rafif lahir pada tanggal 28 Agustus 2000 di Kota Padang, Sumatera Barat. Saat ini penulis tinggal di Kelurahan Tigo Koto Di Baruah, Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat. Awal mula penulis menempuh pendidikan di SD Negeri 25 Air Tawar, Kota Padang dari tahun 2006 – 2009 dari kelas 1 sampai kelas 3 dan pindah ke SD Negeri 06 Payakumbuh dari tahun 2009 – 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan ke MTsN KOTO NAN GADANG, Kota Payakumbuh dari tahun 2012 – 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 3 Payakumbuh dari tahun 2015 – 2018. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Elsi, lahir di Simpang Empat Kabupaten Pasaman Barat pada 27 Juni 2000 merupakan anak ke empat dari 5 bersaudara. Beragama islam dan penulis beralamat di Jorong Air Haji, Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD N 10 Sungai Aur pada tahun 2013 kemudian melanjutkan di SMP Negeri 1 Sungai Aur tamat pada tahun 2016. Dan melanjutkan ke SMA Negeri 1 Sungai Aur dengan Jurusan IPS kemudian tamat pada tahun 2019. Karena tertarik dan ingin memperdalam di bidang Ilmu perekonomian khususnya Manajemen Bisnis, lalu pada tahun 2019 penulis melanjutkan perguruan tinggi ke Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi dengan Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Febila Resyafrina lahir pada tanggal 12 April 2001 di Lubuk Basung, Kec. Lubuk Basung, Kab. Agam. Saat ini penulis tinggal di Lubuk Mangindo, Nagari Lubuk Basung, Kec. Lubuk Basung, Kab. Agam. Awal mulai jenjang pendidikan

di TK. Pembina dari tahun 2005-2006. Selanjutnya melanjutkan sekolah di SDN 41 Sangkir dari tahun 2007-2013. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 03 Padang Baru kec. Lubuk Basung dari tahun 2013-2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 2 Padang Baru kec. Lubuk Basung dari tahun 2016-2019. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Hafika Annisaa lahir pada tanggal 26 Desember 1997 di Kota Bukittinggi, Sumatra Barat. Saat ini penulis tinggal di jln tarok bungo no 8A1 Gang panca budi, Kel. Tarok Dipo, Kec.Guguak Panjang, Kota Bukittinggi Provinsi Sumatra Barat. Awal mula penulis menempuh pendidikan di SD 18 Tarok Dipo tahun 2005-2012. Kemudian melanjutkan pendidikan ke

MTsN Balingka Kec,IV Koto, Kab.Agam pada tahun 2012-2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke MAN 2 Bukittinggi pada tahun 2015-2018. Dan pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan menjadi salah satu mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jurusan Manajemen Bisnis Syariah



Hafizatur Rahmah lahir di Bukittinggi pada tanggal 11 Juli 2000. Penulis bertempat tinggal di Nagari Taluak IV Suku Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam, pendidikan penulis ditempuh mulai dari SD Negeri 06 Taluak IV Suku pada tahun 2007-2013, kemudian melanjutkan sekolah ke SMP Negeri 02 Bukittinggi dari tahun 2013-2016, setelah itu melanjutkan ke jenjang SMK Negeri 2 Bukittinggi tahun 2016-2019. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Hana Afifah lahir pada tanggal 02 Oktober 2001 di Rao, Sumatera Barat. Saat ini penulis tinggal di Simpang Lubuk Layang, Kecamatan Rao, Kabupaten Pasaman, Provinsi Sumatera Barat. Awal mula penulis menempuh pendidikan di SD Negeri 01 Tarung-tarung dari tahun 2007 – 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 RAO, dari tahun 2014 – 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMK Negeri 1 Rao Selatan dari tahun 2017 – 2019. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Hilma Safitri Lahir pada tanggal 23 Desember 2000 di Maninjau, Kabupaten Agam, Sekolah di SD Negeri 07 Koto Besar Kabupaten Dharmasraya dan melanjutkan pendidikan ke SMP N 03 Koto Besar Kabupaten Dharmasraya, setelah tamat SMP melanjutkan Ke SMK N 01 Tajung Raya Kabupaten Agam dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2019, dan sekarang melanjutkan studi di UIN Sjech M. Djambil Djambek Bukittinggi, mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Nelisca Deninta Fitriani Lahir pada tanggal 27 Mei 2000 di Sawahlunto Sijunjung. Penulis tinggal di Desa Padang Bintungan VI, Nagari SialangGaung, Kecamatan Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. Riwayat pendidikan penulis diawali dari SDN 08 Koto Baru Dharmasraya pada tahun 2007-2013 kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Koto Baru Dharmasraya pada tahun 2013-2016. Selanjutnya penulis melanjutkan ke SMAN 1 Koto Baru Dharmasraya pada tahun 2016-2019. Dan sekarang penulis melanjutkan pendidikan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dengan jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Nisa Mahmudah lahir di Tolang pada tanggal 03 Juni 1999. Penulis tinggal di Desa Tolang Kecamatan Ulu Pungkut Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara. Penulis memulai pendidikan di SD Negeri 226 Tolang pada tahun 2006-2012. Dan melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Ulu Pungkut pada Tahun 2012-2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Kotanopan dari tahun 2015-2018. Pada tahun 2019 melanjutkan perkuliahan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program studi Manajemen Bisnis Syariah.



Olivia Yolanda lahir 10 Agustus 2000. Penulis bisa dipanggil Oliv, Via, atau Olivia. Penulis tinggal di Jorong Batabuah Koto Baru, Kecamatan Canduang, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Riwayat pendidikan dimulai dari TK Darul Falah Kayurantingan, setelah itu lanjut di SDN 11 Batabuah Koto Baru, SMPN 4 Candung dan SMAN 3 Bukittinggi. Sekarang sedang menempuh pendidikan sarjana di UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Putri Oktora Ningsih lahir pada tanggal 15 Oktober di Sampu, Kec.Sangir, Kab.Solok Selatan. Saat ini penulis tinggal di Jorong Lubuk Gadang Utara, Nagari Sampu, Kec.Sangir, Kab.Solok Selatan. Awal mulai jenjang Pendidikan di TK.Harapan Bunda Nagari Sampu dari tahun 2005-2006. Selanjutnya

melanjutkan sekolah di SDN 11 Sampu dari tahun 2007-2013. Setelah itu penulis melanjutkan Pendidikan ke SMPN 07 Tanggo Akar dari tahun 2013-2016. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan ke SMAN 03 Solok Selatan dari tahun 2016-2019. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Putri Yalis lahir pada tanggal 18 Desember di Kuranji, Kec. Guguak, Kab. 50 Kota. Saat ini penulis tinggal di Jorong Kaludan, Nagari Sungai Talang, Kec. Guguak, Kab. 50 Kota. Awal mulai jenjang pendidikan di TK. Bhakti Mulia Nagari Sungai Talang dari tahun 2005-2006. Selanjutnya melanjutkan sekolah di SDN

01 Nagari Sungai Talang dari tahun 2007-2013. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 04 Kec. Guguak dari tahun 2013-2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 1 Kec. Payakumbuh dari tahun 2016-2019. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Rahmadani lahir pada tanggal 28 Desember 1998 di gurun aua kubang putihah, Sumatera Barat. saat ini penulis tinggal di jorong gurun aua kubang putihah, kecamatan banuhampu, Kabupaten agam provinsi Sumatera Barat. awal mula penulis menempuh pendidikan di SDN 04 kubang putihah, Kabupaten agam dari tahun 2006 - 2011 dari kelas 1 sampai kelas 6 kemudian melanjutkan pendidikan ke MTsN kubang putihah, Kabupaten agam dari tahun 2011 - 2014. kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke MAN kubang putihah, Kabupaten agam dari tahun 2014 -2017 . Dan pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



Tanti Afriani lahir di Lubuk Jantan pada tanggal 15 April 1999. Penulis bertempat tinggal di Jorong Seroja Lubuk Jantan Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar. Awal pendidikan penulis mulai jenjang pendidikan di TK lubuk jantan pada tahun 2004 kemudian melanjutkan sekolah di SDN 25 seroja pada tahun 2005-2011 kemudian melanjutkan ke madrasah thawalib sanawiyah lubuk jantan pada tahun 2011-2014 madrasah aliyah thawalib lubuk jantan pada tahun 2014-2017 kemudian pada tahun pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.