



Strategi Pengembangan Usahatani Terung (*Solanum Melongena L*) di Kebun Pratek Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

Andrianus Poto¹, Yoseph Yakop Da Rato²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Nipa Indonesia

Email: andrianuspoto18@gmail.com1 , yoyohdart@gmail.com2

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 30 Desember 2021

Direvisi: 12 Januari 2022

Dipublikasikan: Januari 2022

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.5879963

Abstract:

*Eggplant (*Solanum melongena L*) is one of the sources of food that is well known by all levels of society. Eggplant is one of the most popular menus in various circles. Besides its delicious taste, eggplant can also be processed into various dishes. internal and external factors in the development of eggplant farming and the strategies used in developing eggplant farming in UNIPA gardens. SWOT analysis is used to answer research problems. Determination of 15 respondents using purposive sampling method. Research results: In the strategy of developing eggplant farming in the Practical Garden of the Faculty of Agriculture, UNIPA uses strengths, weaknesses, opportunities and challenges. The right strategy for developing eggplant in the agricultural practice garden is in quadrant 1 or an aggressive strategy, namely using strength to take advantage of existing opportunities, including: 1). take advantage of awareness of a healthy lifestyle by continuing to use organic fertilizers and maintaining product prices. 2). Increase the utilization of input materials and take advantage of the prospect of organic eggplant to increase customers while maintaining quality.*

Keywords: *eggplant farming development strategy*

PENDAHULUAN

Salah satu jenis komoditas yang dikembangkan di tanah Indonesia yaitu jenis komoditas hortikultura. Komoditas tanaman hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki kontribusi penting dalam pertanian di Indonesia. Dalam rangka pembangunan pertanian, pemerintah terus melakukan

pengembangan di subsektor hortikultura. Subsektor hortikultura menempati posisi strategis dalam pembangunan pertanian. Menurut (Syakir,2015) kontribusi subsektor dalam pembangunan pertanian seperti tercermin didalam beberapa indikator pertumbuhan ekonomi, seperti Produk Domestik Bruto (PDB), nilai ekspor,

penyerapan tenaga kerja, nilai tukar petani, peningkatan gizi dan memperbaiki estetika lingkungan. Peran strategi pengembangan subsektor pada komoditas hortikultura ini masih dapat ditingkatkan karena mengingat potensi dan prospek pengembangan secara baik, Sehingga potensi pasar komoditas hortikultura sangat baik untuk pasar domestik maupun pasar internasional. Akan tetapi didalam komoditas hortikultura juga masih terdiri dari berbagai macam jenis tanaman sehingga komoditas hortikultura sangat berpotensi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Komoditas hortikultura ini terdiri dari tanaman buah-buahan, sayuran dan tanaman hias serta tanaman obat-obatan. Komoditas ini mempunyai prospek yang bagus bila dikembangkan, mengingat potensi sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang melimpah. Dari semua jenis-jenis komoditas hortikultura maka, tanaman terung (*solanum melingena* L) menjadi salah satu bagian dari komoditas hortikultura sebagai tanaman sayuran. Oleh karena itu, tanaman terung (*solanum melongena* L), menjadi salah satu jenis tanaman yang sangat menunjang untuk peningkatan produktivitas, pendapatan, dan kesejahteraan masyarakat Indonesia khususnya para petani (Hasanah, 2016).

Terung (*Solanum Melongena* L) adalah tanaman asli daerah tropis. Tanaman ini awalnya berasal dari benua Asia yaitu India dan Birma. Daerah penyebaran tanaman terung di beberapa negara (wilayah) antara lain di Karibia, Malaysia, Afrika Barat, Afrika Tengah, Afrika Timur, dan Amerika Selatan. Tanaman ini menyebar keseluruh dunia, baik negara-negara yang beriklim panas (tropis), maupun iklim sedang (sub tropis). Pengembangan budidaya terung

paling pesat di Asia Tenggara, salah satunya di Indonesia (Firmanto, 2011).

Terung (*Solanum melongena* L) adalah salah satu sumber makanan yang sudah dikenal oleh semua lapisan masyarakat. Terung menjadi salah satu menu yang paling diminati diberbagai kalangan. Untuk membelinya pun tidak sulit karena tersedia dipasar-pasar maupun supermarket. Selain rasanya enak, terung juga bisa diolah menjadi bermacam-macam menu masakan. Bahkan cara mengolahnya terbilang mudah dan sederhana. Dalam setiap 100 gram terung segar terdapat kandungan zat sebagai berikut: 24 kalori, 1,1 g protein, 0,2 g lemak, 5,5 g karbohidrat, 15 mg kalsium, 37mg fosfor, 0,4mg besi, 4mg Vitamin A, 5mg Vitamin C, 0,04mg vitamin B1, 92,7mg air. Selain itu, terung juga mempunyai khasiat sebagai obat-obatan karena mengandung alkaloid, solanin dan solasodin. (Pracaya, 2011).

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), merupakan salah satu wilayah yang melakukan usahatani terung, disebabkan sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani, wilayah Kabupaten Sikka termasuk salah satu wilayah di NTT. dimana masyarakat pada umumnya sebagian besar yang bermata pencahariannya sebagai petani, Mata pencaharian ini juga menjadi sebuah tolak ukur dalam perekonomian di Kabupaten Sikka. Dengan berbagai macam jenis usahatani yang unggul dan sangat membantu terhadap roda pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sikka. Usahatani hortikultura salah satunya adalah tanaman terung (*solanum melongena* L) yang menjadi salah satu komoditas yang unggul di wilayah Kabupaten Sikka.

Menurut Badan Statistik produktivitas tanaman terung (*Solanum melongena* L) di Kabupaten Sikka pada

tahun 2018 yaitu, 22963 ton sedangkan tanaman terung mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi 20816 ton namun pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi hasil terung menjadi 9814 ton. Produksi terung di Kabupaten Sikkiatiap tahun cenderung menurunmelihat dari data statistik. Hal ini berdampak pada pemenuhan akan kebutuhan konsumsi sayuran.

Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa NipaIndonesiatermasuk salah satu lokasi yang tepat bagi mahasiswa untuk melakukan kegiatan usahataniKebun praktek ini bergerak dipengembangan hortikultura berskala agribisnis. Saat ini menghasilkan banyak produksi tanaman hortikultura yang bebas dari unsur kimia, seperti bawang, cabai, tomat, semangka,ketimun dan terung.Melihat produktivitas tanaman terung yang sangat rendah dandibandingkan dengan jumlah penduduknya semakin bertambah, maka hal ini dapatmempengaruhi permintaan terhadap konsumsi terung.Peningkatan permintaan tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan produksi.

Melihat penurunan hasil produksi pada setiap tahunnya, maka pada umumnya penurunan produksi itu disebabkan oleh beberapa kekurangan yang sekaligus menjadi kelemahan internal dan eksternal dalam usahatani tersebut, diantaranya bibit, pupuk, obat-obatan, tenaga kerja juga modal, sumber daya alam, ketersediaan lahan, sumber daya manusia, teknologi dan kondisi agroklimat kurang cukup mendukung, dengan mengetahui kondisi objektif faktor internal dan eksternal yang dimiliki dalam pengelolaan usahatani terung, maka penulis bermaksud melakukan penelitian guna mengetahui strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas atau hasil produksi.

Pengembangan usahatani terung merupakan konsep yang dapat menjadi pendorong dan cara dalam rangka meningkatkan luas lahan produksi dan total produksi terung atau sebuah cara dalam rangka memaksimalkan dan menaikkan total produksi dengan kondisi lahan yang ada sekarang yang tentunya dapat meningkatkan pendapatan petani pada khususnya dan peningkatan perekonomian daerah pada umumnya. Berdasarkan pendekatan tersebut dikembangkan dengan konsep agribisnis sebagai sistem usahatani terpadu yang mampu memberdayakan ekonomi pedesaan melalui perluasan kesempatan bersama peningkatan daya saing pasar domestik ataupun internasional dan pendapatan petani. Untuk melakukan pengembangan usahatani terung inilah maka perlu dilakukan strategi pengembangan

METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa Indonesia, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka, pada Tanggal, 06 Oktober 2021 sampai dengan Tanggal 17 Desember 2021.

MetodePenentuanResponden

Responden dalam penelitian ini adalah orangyangdatang membeli terung secara langsung di kebun praktek UNIPA.PenarikanRespondendilakukans ecarasengaja. Dalam hal ini dipilih sebanyak 15 orang. Pengambilanrespondeninidilakukanberd asarkankarakteristik dari semua anggota populasi yang bersifat homogen.

Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder.Lofland dan Moleong (2006:157) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari

lapangan. penelitian ini, data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian melalui wawancara sumber atau informan yang berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dengan keadaan yang sebenarnya dilapangan. Lofland dan Moleong (2006: 157) data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam penelitian untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. data sekunder dapat berupa studi pustaka yang berasal dari buku - buku, penelitian lapangan, maupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Berbagai dokumen dihasilkan melalui objek penelitian yang dipergunakan untuk mendukung data primer dan memperkuat data dalam melakukan penelitian. data sekunder didapatkan melalui badan pusat statistik Kabupaten Sikka, dinas pertanian Kabupaten Sikka, instansi lain yang terkait dengan penelitian ini, dan literature yang mendukung penelitian ini. Berdasarkan uraian diatas metode pengambilan data yang dilakukan pada skripsipenelitian ini dengan cara observasi, wawancara, questioner, dan kajian pustaka yang membantu melengkapi data pendukung skripsi penelitian ini agar menjadi lebih baik.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis metode penelitian analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan dengan melukiskan keadaan objek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk keadaan menarik/mengambil kesimpulan yang berlaku umum (Marzuki, 2003:63). metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif dan kuantitatif. Menurut Hasan (2005:41) yang dimaksud dengan metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif dan meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dari objek itu sendiri, sedangkan pengertian kuantitatif, penelitian yang menggunakan angka dalam proses penghitungan dan pengenalisa hasil penelitian. Anggota yang diperoleh dalam penelitian jenis ini dengan menentukan populasi dan sampel. Rangkuti (1997), yang menyatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau *Opportunities*. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau *Threats* dan kelemahan atau *Weaknesses*. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. artinya, perencana strategis harus menganalisa berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan. Tidak mengherankan jika analisis SWOT juga disebut dengan nama Analisis Situasi. tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*strengths*), mengatasi kelemahan (*weaknesses*), menemukan peluang (*opportunities*) dan strategi menghadapi beragam ancaman (*threats*). ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan keempat elemen tersebut maka kesempurnaan dalam meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan berjalan lebih baik dengan hasil yang optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan suatu instrument pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini berdasarkan kekuatan (*strengths*), peluang (*Opportunity*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktornya.

Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategis berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan. Dari hasil analisis wawancara yang dilakukan serta hasil kuesioner dengan para konsumen, maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang dihadapi kebun praktek fakultas pertanian UNIPA sebagai berikut:

Faktor Internal

Tabel 1 Faktor internal

Kekuatan	Kelemahan
a.- Menggunakan pupuk organik	-Belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap
-Ketersediaan bahan input (lahan, Tenaga Kerja, Air)	1.-Kurangya kegiatan promosi
b. - Lokasi mudah di jangkau	2.-Produksi terung organik tidak stabil
c.-Kualitas terung organik baik	
d. - Harga produk terjangkau	

a. Kekuatan
Kekuatan merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh

organisasi itu sendiri. Faktor-faktor tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kekuatan yang dimiliki kebun fakultas pertanian UNIPA adalah Kualitas produksi suatu tanaman terkhusus tanaman terung (*Solanum melongena* L), selain tergantung pada lahan dan tenaga kerja, juga pada faktor input lainnya adalah pupuk dan obat-obatan yang digunakan dalam proses produksi atau kegiatan usahatani. Penggunaan pupuk organik di lahan praktek UNIPA merupakan suatu kewajiban atau hal yang penting dalam berusahatani. Orientasi produk hortikultura organik merupakan hal yang sangat mendasar semenjak kebun praktek fakultas pertanian itu didirikan. Pemilihan bibit yang tepat yang dilakukan oleh para karyawan pada lahan praktek didapatkan pada distributor yang menjual bibit yang dibutuhkan.

Menurut Basu (2010:147) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan jumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Alasan ekonomi sakan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan. Harga ditetapkan oleh perusahaan pada dasarnya ditujukan untuk memberi nilai atas produk yang telah diciptakan. Harga ditentukan oleh perusahaan melalui berbagai faktor dengan tujuan agar perusahaan memperoleh laba.

b. Kelemahan

Kelemahan merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kelemahan yang dimiliki Kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia adalah. Aktivitas promosi yang tepat sasaran dapat membangun dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Merek suatu produk yang dianggap memiliki ekuitas yang tinggi akan mempermudah perusahaan untuk merebut pangsa pasar dan membuat harga produk tersebut lebih tinggi daripada produk-pesaing. Masih lemahnya promosi yang dilakukan hal ini akan menyebabkan kurang informasi bagi para konsumen yang ingin mengkonsumsi sayuran seperti terung. Hal ini akan berdampak pada produksi, jika konsumen banyak membeli atau membutuhkan sayuran terung (*Solanum melongena* L), maka otomatis secara langsung, dapat meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Faktor Eksternal

Tabel 2. Faktor eksternal

Peluang:	Ancaman :
1.-Kesadaran akan gaya hidup sehat	1.-Banyaknya pesaing dari daerah lain
2.-Prospek terung organik bagus	2.-Serangan hama dan penyakit -Cuaca yang
3.-Pesaing terung organik sedikit	tidak menentu sehingga hasil panen menurun
4.-Memiliki pelanggan-pelanggan	

5.Tetap

a. Peluang

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/organisasi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peluang yang dimiliki Kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia adalah Salah satu keputusan penting bagi perusahaan adalah menganalisis prospek pasar atau pangsa pasar tersebut. Adapun pangsa pasar ini dapat menguntungkan perusahaan dalam mengambil langkah-langkah untuk mengisipangsa pasar tersebut. Pasar muncul karena adanya penawaran dan permintaan sehingga terjadi suatu transaksi dalam pasar. Prospek pasar terung (*Solanum melongena* L) sangatlah berpeluang dalam meningkatkan pendapatan atau keuntungan, hal ini sejalan dengan pendapat Rahman (2016) menyatakan pasar di tetapkan oleh kondisi permintaan yang mewujudkan daerah pilihan konsumen atas barang. Suatu perusahaan yang menjalankan kegiatan operasinya tentu tidak terlepas dari kondisi pasar yang akan mempengaruhi aktifitas perusahaan tersebut. Dengan memiliki pasar dalam kegiatan distribusi, maka hasil produksi di kebun fakultas pertanian memiliki pelanggan-pelanggan tetap untuk membeli langsung ke lokasi kebun. Pasar produksi dalam survey pasar sangat kurang sekali menjual hasil terung, atau hampir tidak ditemukan di

pasar tradisional yang berada di kabupaten Sikka.

b. Ancaman

Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, ancaman yang dimiliki kebun praktek fakultas pertanian UNIPA adalah:

1. Faktor iklim sangat pengaruh pada resiko produksi usahatani terung, dimana menanam terung pada musim hujan akan menghadapi resiko lebih kecil dari pada menanam terung pada musim kemarau. Hal ini berarti risiko produksi dimusim kemarau lebih besar dibandingkan musim hujan, kondisi ini bertentangan dengan risiko yang dihadapi oleh petani terung yang lebih tinggi pada musim hujan karena serangan hama dan penyakit semakin meningkat.

2. Perubahan iklim dan cuaca sangat sulit diprediksi oleh petani sehingga mempengaruhi kegiatan budidaya para petani yang dapat menyebabkan tidak terkendalinya penyebaran dan serangan hama penyakit yang semakin tinggi. Selain iklim dan cuaca, kendala yang menjadi tantangan petani adalah bencana alam yaitu banjir yang menyebabkan kerusakan pada tanaman terung (*Solanum melongena* L) bahkan akan kematian pada tanaman terung.

3. Pesaing merupakan orang atau perusahaan yang dimiliki orang lain yang menghasilkan atau memproduksi barang atau jasa yang sama dengan produk yang kita tawarkan. Karena usahatani terung yang memiliki pesaing pasar, maka dapat ditekankan pada kualitas hasil produksi,

seperti penggunaan pupuk organik, penanganan pasca panen yang tepat, warna dan kebersihan buah terung.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan kombinasi antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman sehingga akan membantu keempat alternatif strategi dari kombinasi keduanya yakni strategi S-O (*Strength Opportunities*), ST (*Strength Threats*), WO (*Weakness Opportunities*) dan WT (*Weakness Threats*) (Rangkuti, 2001). Berikut dibawah ini matrik SWOT antara lain:

Tabel 3. Matriks SWOT Kebun Praktek Fakultas Pertanian UNIPA

SIFAS (SITUASI INTRNAL)	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
SEFAS (Situasi Eksternal)	1. Menggunakan pupuk organik	1. Belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap
	2. Ketersediaan bahan input (lahan, Tenaga Kerja, Air)	2. Kurangnya kegiatan promosi
	3. Lokasi mudah dijangkau	3. Produksi terung organik tidak stabil
	4. Kualitas terung organik baik	
	5. Harga produk terjangkau	
Peluang (Opportunities)	Strategi S-O	Strategi W-O
Kesadaran akan gaya hidup sehat	- memanfaatkan kesadaran akan gaya hidup sehat dengan tetap menggunakan pupuk organik dan mempertahankan harga produk,	- Meningkatkan pemanfaatan bahan input, serta memanfaatkan
- Prospek terung organik bagus		
- Pesaing terung organik sedikit		

- Me miliki pelanggan-pelanggan tetap	prospek organik meningkatkan pelanggan tetap mempertahankan kualitas	terung untuk dengan	- M embuatlab el, kemasan,u ntuk memasarka nterung organik - M elakukan promosi hidup sehat dengan makanan organik
Anca man(Threts) - Bay aknya pesaing dari daerah lain - Ser angan hama dan penyakit - Cu aca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun	StrategiS-T - Menjaga kualitas dengan meningkatkan pengawasan terhadap hama pada saat proses pascapanen - Memperkua t dan mempertahankan tempat pemasaran yang udah ada - Mengoptim alkan kegiatan pemeliharaan tanaman melalui pengolahan yang baik dan tepat waktu	Strategi W-T - P erlunya membuat pelabelan pada semua kemasan penjualan, agar dapat diketahui kualitas produk terung organik - P erlunya kegiatan promosi agar konsumen paham tentang terung organik atau non organik	

Sumber: Data Primer setelah diolah,2021

Matrik IFAS dan EFAS

Penentuan nilai faktor dalam pembuatan matriks SWOT terdiri dari, *Internal Startegy Factor Analysis Summary (IFAS)* dan *Ekternal Startegy Factor Analysis Summary (EFAS)*. Adapun dibawah ini matriks IFAS dan EFAS antara lain:

1. Matriks Internal

Startegy Factor Analysis Summary (IFAS)

Ahmad (2020) mengatakan untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot(a) dan rating(b) poin factor serta jumlah total perkalian bobot dan ranting ($c=axb$) pada setiap faktor S-W. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat). Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat lemah) atau 2 (lemah). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0

Tabel 3.
Matriks Faktor Strategi Internal

O Internal	Faktor-Faktor Strategis	bobot (a)	Renta kor ng (b)	a x b)
KEKUATAN (S)				
	Menggunakan pupuk organik	,12	(48
	Ketersediaan bahan input (Lahan, Tenaga Kerja, Air)	,13	(52
	Lokasi mudah di jangkau	,13	(52
	Kualitas terung organik baik	,12	(,48
	Harga produk terjangkau	,13	(,52
	Total Kekuatan	,63	(,52
Kelemahan				
	Belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap	,09	(,18
	Kurangnya kegiatan promosi	,13	(,26
	Produksi terung organik tidak stabil	,11	(,22
	Total Kelemahan	,33	(,66
	TOTAL	,96	(,18

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh total nilai skor berbobot sebesar 3,18.

Sebelumnya menurut Rangkuti (2001) jika skor yang didapatkan 1,00 sampai 1,99 maka menunjukkan posisi internal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi internal kuat. Dari total skor 3,18 tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa hasil terung organik di kebun praktek Fakultas Pertanian saat ini berada pada posisi kuat. Hasil di atas menunjukkan bahwa faktor internal terung organik di kebun praktek Fakultas Pertanian relatif berkembang dalam memanfaatkan berbagai macam kekuatan yang dimiliki. Faktor-faktor kekuatan yang dominan bagi hortikultura kebun praktek masing-masing memiliki nilai skor sebesar 0,63. Faktor kekuatan tersebut seperti Menggunakan pupuk organik, Ketersediaan bahan input (Lahan, Tenaga Kerja, Air), Lokasi mudah dijangkau, Kualitas terung baik, Harga produk terjangkau.

Kelemahan utama yang dimiliki kebun praktek Fakultas Pertanian dengan nilai skor masing-masing sebesar 0,33 antara lain seperti Belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap, Kurangnya kegiatan promosi dan Produksi terung tidak stabil.

2. Matriks Eksternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)

Sama seperti matriks IFAS untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah total perkalian bobot dan ranting ($c = a \times b$) pada setiap faktor O-T. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat). Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat lemah) atau 2 (lemah). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang

berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 (Ahmad, 2020). Sehingga antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.

Matriks Faktor Strategi Eksternal I

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Kesadaran akan gaya hidup sehat	0,15	4	0,6
Prospek terung organik bagus	0,14	4	0,56
Pesaing terung organik sedikit	0,06	4	0,24
Memiliki pelanggan-pelanggan tetap	0,11	4	0,44
Total Peluang	0,46		1,84
Ancaman			
Bayaknya pesaing dari daerah lain	0,13	2	0,26
Serangan hama dan penyakit pada tanaman terung	0,12	2	0,24
Cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun	0,13	2	0,26
Total Ancaman	0,38		0,76
TOTAL	0,84		2,6

Berdasarkan tabel 4.4 menurut Rangkuti (2001) jika skor yang didapatkan 1,00 sampai 1,99 maka menunjukkan posisi eksternal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi eksternal rata-rata. Hasil total skor berbobot adalah sebesar 2,6 maka dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan usaha kebun praktek fakultas pertanian UNIPA sudah mampu mengelolah peluang dengan rata-rata 0,46. Meskipun begitu, usaha kebun praktek fakultas pertanian UNIPA masih harus mengantisipasi berbagai macam ancaman dari

ingkungan luar usaha. Ancaman terbesar yang harus diantisipasi oleh kebun fakultas senilai 0,38 yaitu pesaing usaha, serangan hama dan cuaca yang tidak menentu.

Analisis Strategi

Strengths–Opportunity(S-O)

Hasil dari matriks SWOT yang didapatkan dari perumusan strategi SO yang merupakan perpaduan dari faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif yaitu :

- a. Mengoptimalkan penggunaan lahan dengan tenaga kerjanya sudah berpengalaman
- b. Memanfaatkan lokasi untuk jangka panjang sebagai wadah memenuhi permintaan hasil produksi yang terus diminati
- c. Memanfaatkan penggunaan pupuk organik untuk hidup sehat

Strategi W-O

Strategi WO yang merupakan perpaduan dari faktor kelemahan dan peluang memberikan alternatif yaitu

- a. Meningkatkan pengembangan SDM melalui pelatihan untuk karyawan maupun petugas
- b. Membuat label, kemasan, untuk memasarkan terung organik
- c. Melakukan promosi hidup sehat dengan makanan organik

4.8.3 Strategi S-T

Strategi ST yang merupakan perpaduan faktor kekuatan dan ancaman memberikan alternatif strategi dengan cara mengadakan kerjasama.

- a. Menjaga kualitas dengan meningkatkan pengawasan terhadap hama pada saat proses pascapanen
- b. Memperkuat dan mempertahankan tempat pemasaran yang sudah ada
- c. Mengoptimalkan kegiatan pemeliharaan tanaman melalui pengolahan yang baik dan

tepat waktu

Strategi W-T

Strategi WT yang merupakan strategi pertimbangan faktor kelemahan dan ancaman dengan cara

- a. Perlunya membuat pelabelan pada semua kemasan penjualan, agar dapat diketahui kualitas produk terung organik
- b. Perlunya kegiatan promosi agar konsumen paham tentang terung organik atau non organik

Selanjutnya, dari hasil analisis Matriks IFAS dan EFAS maka akan ditentukan sumbu (X,Y). Cara menentukan sumbu (X,Y) yaitu mencari nilai Y dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan total faktor W. Setelah itu cari nilai X dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor O dengan total faktor T (Ahmad, 2020).

Nilai total dari faktor internal pada kebun praktek fakultas pertanian UNIPA sebesar 3,18 didapat dari nilai kekuatan sebesar 2,52 dan nilai kelemahan sebesar 0,66 sedangkan untuk nilai total eksternal pada kebun praktek fakultas pertanian UNIPA sebesar 2,6 didapat dari nilai peluang sebesar 1,84 dan nilai ancaman sebesar 0,76. Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal. Tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan pada kebun praktek fakultas pertanian UNIPA dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

- a. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor (internal kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat $X = 2,52 - 0,66 = 1,86$
- b. Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor (internal peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat $Y = 1,84 - 0,76 = 1,08$

Setelah hasil dari sumbu (X,Y) maka akan dibuat kuadran untuk menentukan posisi kuadran perusahaan. Ahmad (2020) menjelaskan bahwa terdapat 4 sel kuadran SWOT yang dapat dijelaskan antara lain sebagai berikut:

1. Kuadran I (positif, positif).

Posisi ini menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi. Memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

2. Kuadran II (Positif, Negatif).

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena itu organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktiknya.

3. Kuadran III (Negatif, Positif).

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah ubah strategi artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

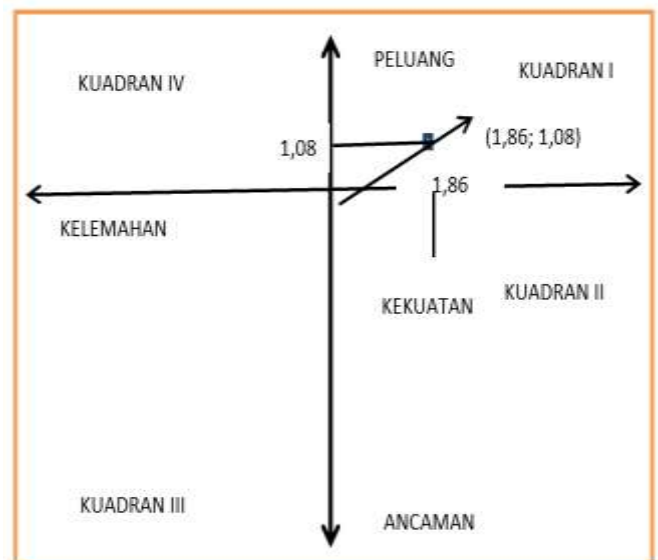
4. Kuadran IV (Negatif, Negatif).

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi bertahan. Artinya, kondisi internal organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X didapat nilai dan nilai sumbu Y dengan nilai $X = 1,86$ dan $Y = 1,08$. Hasil kedua nilai tersebut sama-sama positif hal ini menandakan posisi kebun praktek fakultas pertanian UNIPA berada pada posisi kuadran I.

Diagram SWOT pada usaha kebun praktek fakultas pertanian UNIPA dapat dilihat pada gambar dibawah ini.:

Gambar 1. Diagram SWOT



Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu X dan Y. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadran I. Kuadran I ialah situasi yang menguntungkan dimana usaha kebun praktek fakultas pertanian

UNIPA memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan Strategi Agresif yaitu strategi SO atau *Strength Opportunities* untuk mengembangkan usaha tersebut dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Grrowth Oriented Startege*.

Strategi Agresif dalam analisis SWOT merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi agresif dapat di jalankan dengan beberapa cara antara lain, Meningkatkan keterampilan dalam bidang usahatani, maka produksi terung akan meningkat. Produksi akan terus berjalan karena pasar yang luas mendukung pemasaran terung serta permintaan yang cukup tinggi dari konsumen. Penggunaan teknologi yang lebih baik dapat menambah efisiensi dalam penggunaan waktu karena teknologi merupakan sarana pendukung dalam proses produksi. Menambah faktor produksi serta memperluas jaringan pemasaran terung, memperluas jaringan distribusi dan pemasaran terung akan semakin meningkatkan keuntungan.

Menurut :Dr. Jonas K. G. D. Gobang, S.Fil.,M.A.

Pola budidaya tanaman hortikultura khususnya tanaman terung yang ditanam di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dengan menggunakan pupuk organik sekarang sudah dikenal oleh banyak kalangan masyarakat, pola budidaya tanaman hortikultura ini dengan menggunakan pupuk organik sekarang ini sudah menjadi kebutuhan dunia, kebutuhan dunia akan ketahanan pangan. Selain itu tidak hanya ketahanan pangan yang dibutuhkan namun kualitas pangan juga sangat

dibutuhkan, sehingga sangat baik untuk dikonsumsi. Karena pola budidayanya dengan menggunakan pupuk organik, maka pola budidaya seperti menggunakan pupuk organik itu harus terus dikembangkan di kebun praktek fakultas pertanian dan menjadikan kebun praktek fakultas pertanian adalah sebagai kebun contoh bagi masyarakat dalam melakukan pola budidaya tanaman organik.

Strategi yang perlu dilakukan di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia agar semua masyarakat tau bahwa tanaman organik sangat baik untuk dikonsumsi dan juga sangat baik bagi kesehatan. Jadi strategi yang dilakukan adalah pola budidaya yang baik, manajemen juga harus teratur sehingga hasil produksi akan semakin meningkat. Selain manajemen dan pola budidaya yang baik, kita juga harus mampu memasarkan hasil-hasil produksi sehingga buah atau sayuran yang kita hasilkan langsung terjual.

Menurut: Hermus Hero, S.Ag., M.Pd

Tanaman hortikultura merupakan jenis tanaman yang sangat dibutuhkan sehari-hari seperti salah satunya adalah tanaman terung. Tanaman terung yang ditanam di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia sangat berkualitas karena pola budidayanya dengan menggunakan pupuk organik tanpa menggunakan pupuk kimia. Sehingga baik untuk dikonsumsi dan baik bagi kesehatan tubuh.

Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang harus dilakukan adalah menjaga sumber daya manusia dan juga harus menjaga pola budidaya dengan baik.

Menurut : Henderikus Darwin

Beja, SP.M.,Si

Tanaman hortikultura di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia mempunyai potensi hasil yang cukup baik, tetapi ada beberapa problem yang perlu diperhatikan yaitu manajemen waktu, pola pemeliharaan seperti pemupukan, pembersihan gulma, pengendalian hama dan penyakit yang belum teratur secara baik, Sehingga akan berpengaruh pada hasil produksi. Maka pesan yang disampaikan adalah ketika proses budidaya itu dilakukan yang perlu diperhatikan adalah manajemen waktu, pola pemeliharaan seperti pemupukan, pembersihan gulma, dan pengendalian hama dan penyakit agar mendapatkan hasil yang maksimal.

KESIMPULAN

1. Kekuatan dalam strategi pengembangan terung menggunakan pupuk organik, ketersediaan bahan input (lahan, tenaga kerja, air), lokasi mudah di jangkau, kualitas terung organik, harga produk terjangkau. Kelemahan dalam strategi pengembangan terung, yaitu : belum memiliki label, kemasan, dan pasar tetap, kurangnya kegiatan promosi, produksi terung organik tidak stabil. Peluang dalam strategi pengembangan terung, yaitu : kesadaran akan gaya hidup sehat, prospek terung organik bagus, pesaing terung organik sedikit, memiliki pelanggan-pelanggan tetap. Ancaman dalam strategi pengembangan terung, yaitu: bayaknya pesaing dari daerah lain, serangan hama dan penyakit, cuaca yang tidak menentu sehingga hasil panen menurun

2. Strategi yang tepat untuk mengembangkan terung di Kebun Praktek Fakultas Pertanian UNIPA, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka berada di kuadran I atau strategi agresif yaitu Kebun Praktek Fakultas Pertanian

UNIPA menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada diantaranya : memanfaatkan kesadaran akan gaya hidup sehat dengan tetap menggunakan pupuk organik dengan mempertahankan harga produk, dan meningkatkan pemanfaatan bahan input, dan memanfaatkan prospek terung organik dengan meningkatkan pelanggan-pelanggan dengan tetap mempertahankan kualitas terung organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aime Heene dkk.(2010). *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rieneka Cipta.
- Cahyani, 2017. *Pengaruh Pemberian Bokashi terhadap Sifat Fisik dan Mekanik Tanah serta Pertumbuhan Tanaman Pakcoy (Brassica chinensis L)*. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Daft. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jilid 1. Edisi ke Sembilan Salemba Empat. Jakarta
- David, 2004. *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi ketujuh". PT. Prenhallindo, Jakarta.h.
- David,. 2009. *Manajemen Strategis Konsep* , Buku 1. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- David. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferrel dan Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.

- Firmanto, B. 2011. *Sukses bertanaman terung secara organik*. Angkasa, Bandung.
- Hadiatna, 2006. *Mari Kita Bercocok Tanam Terung Jepang*. PT Sinergi Pustaka Indonesia. Bandung.
- Hunger, J dan Wheelen, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Jogiyanto, 2005, *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, ANDI, Yogyakarta
- Ketchen, (2009) *Pengertian manajemen strategi*. (online): <http://www.gurupendidikan.com/17-definisi-pengertian-manajemen-strategi-menurut-para-ahli>.
- Lofland dan Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, 2006
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta : Salemba Empat.
- Murtie, 2012. *Menciptakan SDM Berkuwalitas*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama. pearce dan Robinson, "Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian". Edisi pertama, diterjemahkan oleh Ir. Agus Maulana MSM., Jakarta: Binarupa Aksara, 1997
- Pracaya. 2011. *Bertanam Sayur Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta. 123
- Putra, 2016. *Penggunaan Pasir dan Serat Kayu Aren sebagai Media Tanam Terong dan Tomat dengan Sistem Hidroponik*. Jurnal Agrosains. 15(2):36-40.
- Rahim. Dan Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Rangkuti, (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Roemayanti, E. 2004. *Pengaruh Kosenterasi Pupuk Pelengkap Dan Asam Giberelat (GA3) Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Terung Jepang (Solanum Melongena, L.) secara Hidroponik*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.rung. Jakarta: Kanisius
- Rukmana, R. 2002. *Bertanam terung*. Kanisius. Yogyakarta.
- Rukmana, R. 2003. *Bertanam terung*.
- Rukmana, R. 2009. *Budidaya Terung*. Penerbit Kanisius. Jakarta
- Sitompul, 2013 *Analisis Pertumbuhan Tanaman*. UGM Press: Yogyakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Sunarjono, 2013. *Bertanam 36 jenis Sayur*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Suryana, (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga*, Penerbit Salemba, Jakarta
- Umar. 2002. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran*. edisi II, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama