

**STRATEGI PENGEMBANGAN DURIAN LOKAL UNGGUL
DI KABUPATEN LUWU UTARA**



**BAMBANG IRAWAN
P 1001203512**

**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2005**

**STRATEGI PENGEMBANGAN DURIAN LOKAL UNGGUL
DI KABUPATEN LUWU UTARA**

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Magister**

Pada

**Program Studi
Agribisnis**

Disusun dan Diajukan Oleh

**BAMBANG IRAWAN
P 1001203517**

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
M A K A S S A R
2 0 0 5**

TESIS

STRATEGI PENGEMBANGAN DURIAN LOKAL UNGGUL DI KABUPATEN LUWU UTARA

Disusun dan Diajukan Oleh

BAMBANG IRAWAN

Nomor Pokok P1001203517

**telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal 27 Agustus 2005
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Menyetujui :

Komisi Penasehat

Dr. Muh. Ali, SE, MS

Ketua

Ketua Program Studi

Agribisnis,

Dr. Ir. H. Rahim Darma, M.S.

Drs. Natsir Kadir, M.Si. AK

Anggota

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Hasanuddin,

Prof.Dr. Ir. M. Natsir Nessa, MS.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga tesis ini dapat selesai.

Gagasan yang melatarbelakangi tujuan permasalahan ini timbul dari hasil pengamatan penulis terhadap kehidupan para petani durian dan kegemaran masyarakat umumnya terhadap buah durian tersebut. Penulis bermaksud mengemukakan tentang keberadaan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan oleh keterbatasan-keterbatasan baik yang terdapat di dalam diri penulis sendiri maupun unsur-unsur di luar yang berkaitan dengan penelitian ini. Oleh karena itu saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan bagi perbaikan tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. H. Rahim Darma, MS. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai Ketua Komisi Penasehat telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan tesis ini.
2. Dr. Muh. Ali, SE, MS dan Drs. Nastir Kadir, M.Si, AK selaku anggota Komisi Penasehat sekaligus pembimbing penulis yang banyak memberikan masukan serta dorongan moril, sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

3. Terkhusus kepada kedua orang tua Muh. Nasir (Almarhum) dan Jasia (Almarhuma) sebagai sumber kehidupan, pembimbing utama hidup, pendidik yang telah membesarkan penulis dan mendidik untuk bersikap terbuka, kreatif, berani dan bijaksana, yang memiliki peran sangat penting dan tak terhingga, sehingga rasanya ucapan terima kasih ini tidaklah cukup untuk menggambarkan wujud penghargaan penulis.
4. Kawan-kawan yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penulisan ini.
5. Kepada istri Andi Amriani Azis yang tercinta, begitu banyak memberikan dorongan semangat dan inspirasi bagi penulis. Ananda tersayang Paradiba Nabila Hartanti (Nabila).

Akhir kata, penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang tidak sempat disebutkan satu persatu. Semoga penulisan ini dapat memberikan nuansa baru dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan, khususnya ilmu Agribisnis.

Wabillahi Taufiq Wal Hidayah

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Masamba, Agustus 2005

Penulis,

BAMBANG IRAWAN

ABSTRAK

BAMBANG IRAWAN. Strategi Pengembangan Durian Lokal Unggul Di Kabupaten Luwu Utara (Di bimbing oleh H. Muhammad Ali dan Natsir Kadir).

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan strategi pengembangan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara, dan untuk menunjukkan strategi apa yang paling mendukung pengembangan usaha.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sabbang yang berlangsung selama 3 (tiga) bulan, yakni bulan Mei sampai Juli 2005, lokasi sample terdiri dari 3 desa yaitu Desa Marobo 10 orang, Desa Malimbu 10 orang, dan Desa Parara 10 orang. Jumlah sampel sebanyak 30 orang, ditentukan secara proporsional, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan durian lokal unggul yang dapat digunakan adalah strategi agresif yaitu interaksi antara kekuatan besar yang dimiliki dengan peluang pangsa pasar yang sangat besar. Nilai komulatif faktor-faktor kekuatan 0,562 sedang nilai komulatif faktor-faktor kelemahan hanya 0,414 keadaan ini menunjukkan faktor kekuatan untuk pengembangan lebih besar daripada faktor kelemahan sebagai penghambat usaha sedangkan pada faktor-faktor peluang nilai komulatif rata-rata 0,552 lebih besar daripada nilai komulatif ancaman 0,516. Hal ini mengindikasikan peluang pengembangan lebih besar daripada ancaman yang akan dihadapi.

ABSTRACT

BAMBANG IRAWAN. *The Strategy of the Development of Superior Local Durian in North Luwu Regency* (supervised by Muhammad Ali and Natsir Kadir).

The aim of the study was to show the strategy of development of superior local durian and the most dominant strategy supporting its development in North Luwu regency.

The study was conducted in Sabbang district for three months (May to July 2005). The number of samples was 30 people selected from three villages : Marobo, Malimbu, and Parara in which each village was represented by 10 samples. The selection of samples was done by purposive sampling and the data were analyzed by using SWOT analysis.

The result of the study indicate that the strategy of development of the superior local durian is aggressive strategy that is between the strengths owned and the marketing opportunity. The cumulative value of strengths is 0,562, whereas the cumulative value of weaknesses is 0,414. This means that the strengths for the development are greater than the weakness. The cumulative value for the opportunities is 0,552 is greater than the cumulative value of threats 0,516. This indicates that the opportunities for the development are greater than the threats.

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Karakteristik Durian	6
B. Konsep Agribisnis.....	8
C. Konsep Produksi	11
D. Konsep Pemasaran	13
E. Konsep Pendapatan.....	17
F. Analisis SWOT.....	19
G. Kerangka Pikir	26
H. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan waktu Penelitian	30
B. Penentuan Sampel.....	30
C. Jenis dan Sumber Data	30
D. Metode Analisis.....	31
E. Defenisi Operasional.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34

B. Identifikasi Responden	49
C. Analisis SWOT Pengembangan Durian Lokal	
Unggul	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data statistik pertanian tahun 2003 menunjukkan pemanfaatan Lahan tanaman durian menurut Kecamatan di Kabupaten Luwu Utara	2
2. Kandungan gizi buah durian per 100 gram daging buah.....	6
3. Peluang dan Ancaman.....	31
4. Kekuatan dan Kelemahan	32
5. Interaksi Faktor-faktor Internal dan Eksternal.....	32
6. Kemiringan lereng dan luasnya per Kecamatan serta Provorsi luas masing-masing kelas kemiringan lereng terhadap luas total areal.....	36
7. Beberapa Indikator Iklim di Kabupaten Luwu Utara.....	39
8. Klasifikasi Umur Berdasarkan Status Responden Hubungannya dengan Tanggapan Terhadap Jenis Durian Lokal Unggul	41
9. Tingkat Pendidikan Responden Hubungannya dengan Tanggapan Terhadap Jenis Durian Lokal Unggul.....	42
10. Pengalaman Berusaha Responden Hubungannya dengan Anggapan Terhadap Permintaan Durian Unggul	44
11. Luas Lahan dan Jumlah Pohon serta Jenis Durian Unggul yang Diusahakan atau Ditanam	45
12. Identifikasi Faktor-faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan	48
13. Identifikasi Faktor-faktor Eksternal Peluang dan Ancaman.....	54
14. Nilai Rating Faktor Internal Kekuatan Dan Kelemahan.....	55
15. Nilai Rating Faktor Eksternal Peluang dan Ancaman	56
16. Analisis Strategis Interaksi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir	28
2. Diagram SWOT	59
3. Matriks BCG.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas Petani Responden Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara	65
2. Status Petani Responden Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara	66
3. Luas Lahan dan Jenis Durian Petani Responden Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian sekarang dan masa akan datang menghadapi tantangan yang sangat berat, hal ini terlihat berdasarkan kondisi hasil pembangunan pertanian yang posisinya masih sangat lemah untuk menghadapi liberalisasi perdagangan dunia.

Komoditas hortikultura sebagai komoditas ekonomi diharapkan dapat bangkit untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi namun masih rendahnya minat investasi masyarakat untuk memasuki sektor ini dengan alasan beresiko tinggi serta kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap beberapa komoditas buah-buahan bernilai ekonomi tinggi, termasuk durian lokal unggul yang ada di Kabupaten Luwu Utara.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan produk durian dalam negeri dan ekspor diperlukan upaya peningkatan usaha produk durian yang mengarah pada mutu produk dan produktivitas melalui penguasaan iptek, efisiensi usaha dan jaminan kontinuitas suplay dalam jumlah dan mutu sesuai permintaan kebutuhan.

Kabupaten Luwu Utara merupakan salah satu sentra produksi dan pengembangan durian di Sulawesi Selatan. Berdasarkan data statistik Kabupaten Luwu Utara tahun 2003 jumlah pohon durian yang ada sebanyak 88.252 pohon dengan produksi rata-rata 9.170 ton/tahun. Potensi luas lahan untuk pengembangan durian di Kabupaten Luwu Utara

sangat mendukung. Data statistik pertanian tahun 2003 menunjukkan pemanfaatan lahan tanaman durian menurut Kecamatan di Kabupaten Luwu Utara (dalam Ha).

Tabel 1 : Data Statistik Pertanian Tahun 2003 menunjukkan pemanfaatan lahan tanaman durian menurut Kecamatan di Kabupaten Luwu Utara

No.	Kecamatan	Potensi (Ha)	Sudah Produksi (Ha)	Belum Produksi (Ha)	Jumlah (Ha)	Belum di Manfaatkan (Ha)
1	Sabbang	960,50	176,20	92,50	268,70	325,60
2	Baebunta	279,00	35,50	28,30	63,80	216,50
3	Malangke	58,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4	Malangke Barat	103,64	17,20	5,10	22,30	79,00
5	Sukamaju	160,50	76,70	42,50	119,20	41,00
6	Bone-Bone	200,00	15,20	11,10	26,30	0,00
7	Masamba	338,70	204,00	132,80	336,80	340,00
8	Mappedeceng	81,77	35,80	16,20	52,00	13,00
9	Rampi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	Limbong	20,75	1,00	0,50	1,50	6,25
11	Seko	315,75	0,00	0,00	0,00	307,50
Jumlah Total		2.518,61	561,60	329,00	890,60	1.328,85

Sumber : Dinas Pertanian Luwu Utara (Luwu Utara dalam skala)

Untuk meningkatkan pendapatan petani, potensi pertanian yang merupakan keunggulan komparatif lebih diarahkan pada kemampuan daya saing produk salah satunya melalui pengembangan durian lokal unggul yang terdapat di Kabupaten Luwu Utara, istilah lokalnya adalah durian “Loppo Tele” durian tersebut mempunyai keunggulan yakni daging buah tebal dan buah lebih besar dibanding dengan durian lokal biasa dan cita rasa spesifik, bahkan durian tersebut dapat bersaing dengan durian impor dari Thailand seperti durian mont hong dan Kanee apabila dikelola secara modern.

Sampai saat ini sudah ada delapan jenis durian lokal unggul Luwu yang sudah dirilis oleh Dinas Pertanian menjadi varietas unggul nasional diantaranya yang sudah diberi nama adalah varietas Sawerigading, Lalong dan Tamalate. Durian ini sangat prospektif dikembangkan dalam skala besar dikembangkan secara alami di Kabupaten Luwu Utara sehingga tidak perlu lagi dilakukan uji adaptasi bahkan dapat memberi keuntungan dari segi ekonomi dan sosial bagi upaya pengembangannya. Langkahnya buah durian bermutu di pasar disebabkan oleh tingginya permintaan terhadap buah durian lokal unggul bahkan ada kelompok masyarakat yang memesan langsung ke petani pemilik durian dengan sistem beli di pohon walaupun buahnya masih muda, mereka berani membeli dengan harga cukup mahal tanpa mempertimbangkan berbagai resiko gagal panen. Selain itu, hanya sebagian kecil saja durian yang dapat menghasilkan buah durian bermutu, belum ada upaya pemeliharaan intensif melalui pemupukan, pengaturan jarak tanam bahkan pola tanam tradisional masih dominan di Kabupaten Luwu Utara.

Kondisi tersebut menimbulkan kerawanan bagi kelestarian durian lokal unggul yang merupakan tanaman asli dan unggulan Kabupaten Luwu Utara, sebab pohon durian ini bisa saja mendadak mati bahkan sudah ada beberapa durian lokal unggul mati tanpa meninggalkan keturunan.

Meskipun demikian sudah ada upaya dari Instansi Teknis Dinas Pertanian dan beberapa orang mengembangkan durian lokal unggul dan durian introkduksi dari luar negeri seperti durian Monthong dan Kanee dari Thailand dalam skala kecil.

Untuk mengantisipasi kondisi tersebut, maka pembangunan Pertanian di Luwu Utara seyogyanya mangacu pada konsep agribisnis yang pada intinya

mengarah pada sistem pertanian modern, dengan cara penerapan teknologi dan manajemen usaha tani yang lebih baik, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani yang pada gilirannya akan mendorong terjadinya transformasi sistem usaha pertanian yakni dari sistem pertanian tradisional (sub sistem) ke sistem Pertanian modern (sistem komersial).

Untuk melihat bagaimana prospek pengembangan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara yang diusahakan oleh masyarakat, dengan memperhatikan beberapa faktor yang mendukung terhadap pengembangan yakni : dukungan kebijakan pemerintah, adanya program Dinas Pertanian, adanya petugas teknis sumber bibit tersedia, adanya varietas durian lokal unggul, potensi pemasaran luas, potensi lahan, topografi, iklim, ketersediaan pupuk dan obat-obatan.

Oleh karena itu penelitian ini akan berusaha menemukan berbagai faktor yang mendukung terhadap pengembangan durian lokal unggul dan berbagai kemungkinan dimasa yang akan datang, serta alternatif pengembangannya sehingga dapat diperoleh suatu gambaran bagaimana prospek pengembangan usaha tani durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan durian local unggul di Kabupaten Luwu Utara.
2. Strategi apa yang paling mendukung pengembangan durian local unggul.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menunjukkan strategi pengembangan durian local unggul di Kabupaten Luwu Utara.
2. Untuk menunjukkan strategi apa yang paling mendukung pengembangan durian local unggul.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak sebagai :

1. Bahan masukan bagi Pemerintah Kabupaten, Instansi terkait dan khususnya Dinas Pertanian dan Kabupaten Luwu Utara untuk penentuan kebijakan dan strategi pembinaan dan pengembangan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara.
2. Bahan masukan bagi petani durian dalam rangka mengoptimalkan usaha pengembangan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara
3. Bahan masukan bagi investor untuk menanamkan modalnya dalam rangka pengembangan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara.
4. Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Karakteristik Durian

King Of The Fruit, julukan yang diberikan orang pada durian. Julukan ini menggambarkan betapa terkenalnya durian di Indonesia. Tidak diragukan lagi, bahwa durian termasuk buah terpopuler di negara-negara anggota Asean terutama di Thailand, Malaysia dan Indonesia. Buah durian bisa disebut buah termahal karena bagian yang bisa dimakan hanya 19 – 32% dari total bobot buah, harganya pun bisa melambung tinggi terutama saat buah durian kurang di pasaran. Durian awalnya berasal dari pulau Kalimantan menyebar ke seluruh kawasan (Untung, O. 1995).

Tabel 2 : Kandungan gizi buah durian per 100 gr daging buah :

N a m a	Jumlah	Satuan
Karbohidrat	28,3	Gram
Protein	2,5	Gram
Lemak	2,5	Gram
Kalium	601	Miligram
Fosfor	63	Miligram
Vitamin	57	Miligram
Kalsium	0,27	Miligram
Thiamin	0,29	Miligram
+Piboflooir	0,29	Miligram
Air	67	Gram

Sumber : Untung. O, 1995

Bobot total buah durian terdiri dari tiga bagian : bagian pertama daging buah 20-30%, kedua biji sekitar 5-15% sisanya berupa bobot kulit mencapai 60-75% dari total bobot buah.

Pohon durian berukuran besar diameter batang bisa mencapai 50-120 cm, batangnya lunak, cabang muncul dari batang utama ke segala arah, umur tanaman bisa mencapai 200 tahun. Dalam dunia tumbuh-tumbuhan, durian termasuk : Ordo *Malvaceae*

Famili : *Bombacaceae* Genus : *Durio* Spesies : *Durio Zibethinus Mure*

Menurut Kosterman dalam (Untung. O. 1995) mencatat ada 27 spesies durian, 19 spesies ditemukan di Kalimantan, 11 di Semenanjung Malaysia, 7 di Sumatera dan 1 di Myanmar. Demikian banyak spesies hanya 7 spesies yang bisa dimakan yaitu :

Durio Zibethinus (Durian), *Durio Kutejensis* (Lai), *Durio Oxleyanus* (Kerantongan), *Durio Dulcis* (Lahang), *Durio Graveolens* (Labelak), *Durio Grandiflorus* (Durian Monyet), *Durio Testudinarium* (Durian Kura-Kura)

(Untung. O. 1995) pemilihan lokasi pengembangan durian secara intensif dan kemersial harus memperlihatkan kriteria sebagai berikut :

- a) Ketinggian daerah antara 250-600 m dari permukaan laut paling ideal antara 200-500 dari permukaan laut
- b) Intensitas matahari tinggi (bukan daerah yang banyak mendung)
- c) Musim kering berlangsung cukup panjang minimal dua bulan kering pertahun untuk merangsang pertumbuhan bunga
- d) Ada sumber air yang cukup untuk mengairi kebun selama musim kering.
- e) Kedalaman tanah minimal 6 meter dari permukaan air tanah, pada musim hujan minimal 2 meter.
- f) Lokasi kebun mudah dijangkau, ada sarana transportasi antar kebun dan tempat pemasaran.

Syarat tumbuh durian

a) Iklim

Tanaman durian dapat tumbuh di daerah beriklim basah artinya curah hujan lebih dari 100 mm perbulan, kisaran curah hujan ideal 1.500 – 2.500 mm pertahun. Lama bulan basah 9 – 11 bulan pertahun. Tanaman ini juga bisa tumbuh di daerah beriklim sedang yaitu bulan basah 7 – 8 bulan pertahun.

b) Topografi

Idealnya lokasi kebun durian harus terbuka topografi datar atau agak miring tidak lebih dari 35 derajat.

B. Konsep Agribisnis

Agribisnis mencakup semua kegiatan yang termasuk dalam pembuatan dan distribusi dari input, produksi, proses produksi (usaha tani) dan dalam penggudangan pengolahan dan distribusi dari komoditas pertanian dan semua produk dibuat darinya (Davis dan Goldberd, 1957) kemudian E.P. Ray (1979) mengemukakan bahwa agribisnis adalah sistem yang mengkoordinasi penyediaan produksi input pertanian sehingga menghasilkan, memproses dan mendistribusinya.

Arsyad, dkk (1985) dalam Soekartawi (2003) mengemukakan bahwa agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas.

Pertanian dalam arti luas adalah kegiatan usaha perluasan semua yang menunjang kegiatan pertanian seperti industri pupuk/pestisida dan industri mesin/alat-alat pertanian, sedangkan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian misalnya industri pengolahan dan usaha dagang hasil pertanian.

Usaha tani dalam pengertian agribisnis merupakan salah satu sub sistem agribisnis.

Menurut Mahekan, dkk (1991) usaha tani adalah proses pengelolaan pertanian.

Aspek pengelolaan (manajemen) mencakup fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kegiatan usaha dibidang pertanian. Usaha tani mencakup manajemen usaha pertanian yang berorientasi laba atau komersial. (Dirjen Bina Produksi Hortikultura, 2003. *Kebijakan Pembangunan Agribisnis Hortikultura*, Jakarta Departemen Pertanian). Sejalan dengan hal tersebut pemerintah telah menetapkan kebijakan pembangunan tanaman hortikultura dengan paradigma baru pembangunan pertanian yaitu membangun sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan dan lebih desentralistis, mengandung tiga makna :

- a) Membangun hortikultura haruslah dalam satu sistem yang terintegrasi (Hulu, Onfarm, Hilir, dan Jasa Penunjang)
- b) Aktor penggerak di lapangan adalah dunia usaha, pengusaha, petani agribisnis hortikultura.
- c) Penanggungjawab keberhasilan atau kegagalan di tingkat Propinsi adalah Gubernur, Kabupaten Bupati dan kepala Dinas Pertanian serta jajarannya.

Kebijakan pengembangan produksi hortikultura

- a) Pembinaan sistem produksi hortikultura dalam berbagai modal agribisnis, ditunjang oleh kelembagaan usaha yang efektif
- b) Pengembangan hortikultura unggulan, sesuai dengan kesesuaian wilayah dengan menerapkan teknologi maju yang efisien

- c) Pemanfaatan keragaman jenis/spesies tanaman hortikultura, disesuaikan dengan agroekologi untuk menyediakan produk-produk yang kompetitif.
- d) Pengembangan hortikultura maju secara interaktif dengan sistem usahatani tradisional secara harmonis dan berkelanjutan.
- e) Pembinaan adopsi teknologi, teknologi maju mencakup varietas benih teknik budidaya, perlindungan tanaman, panen dan standarisasi mutu.
- f) Pelayanan informasi mencakup aspek produksi, distribusi, pemetaan masa panen dan komoditas produksi.

Konsep Pengembangan kawasan Agribisnis

- a) Secara ruang dan aktivitas memenuhi skala ekonomi
- b) Komoditas yang diusahakan merupakan komoditas unggulan komparatif dan kompetitif yang respon terhadap sinyal pasar.
- c) Menganut prinsip terfokus, terpadu, berkelanjutan dan berskala ekonomi.

Berbagai kendala yang perlu dipecahkan dalam agribisnis termasuk masalah skala usaha masih relatif kecil sehingga belum mampu melakukan kegiatan dengan skala ekonomi yang optimal. Kemudian permodalan masih merupakan kendala utama sehingga belum mampu memanfaatkan peluang pasar dan pengembangan skala usaha. Disamping itu pola pikir petani dalam melakukan kegiatan usahanya sebagian besar masih bercorak tradisional.

Untuk mengetahui masalah tersebut diperlukan suatu strategi pendekatan pembinaan kompetitif yang mengarah pada usaha pemanfaatan peluang pasar dan pengembangan skala usaha optimal.

C. Konsep Produksi

1. Pengertian Produksi

Produksi merupakan hasil (output) yang diperoleh atas berlangsungnya proses produksi. Kuantitas dan kualitas output tersebut bergantung pada input dan output terdapat kaitan yang erat (Karta Saputra, 1988). Berdasarkan pengertian ini, produksi dianggap sama pengertiannya dengan produk. Dengan demikian, produksi juga menunjukkan suatu jumlah fisik (kualitas) dan tidak hanya menunjukkan suatu proses kegiatan saja.

Purwaningrum (2000) mengemukakan pengertian produksi ditinjau dari segi proses, yakni suatu proses merubah kombinasi sebagai input menjadi output. Pengertian produksi tidak terbatas pada proses pembuatan saja tetapi juga penyimpanan, distribusi, pengangkutan, pengemasan kembali hingga ke pemasarannya.

Mubyarto (1998) bahwa dalam produksi pertanian, produksi adalah hasil yang diperoleh sebagai akibat bekerjanya faktor produksi yaitu tanah, modal, tenaga kerja dan manajemen. Takun (1965) dalam arti ekonomi produksi adalah pekerjaan yang menciptakan guna memperbesar guna yang ada dan membagikan guna itu diantara banyak orang. Dalam arti teknis, produksi adalah proses mamadukan barang-barang atau zat menghasilkan suatu produk tertentu.

Menurut Tohir (1972) produksi adalah usaha manusia untuk menambah, mempertinggi dan mengadakan nilai atas barang-barang (benda) hingga barang-barang itu berfaedah bagi manusia. Kemudian Sumitro (1960) mengemukakan bahwa produksi adalah proses penggunaan unsur produksi dengan maksud untuk

menciptakan faedah guna memenuhi kebutuhan manusia. Selanjutnya Soekartawi (1990) mengemukakan proses produksi diartikan sebagai kaidah-kaidah atau asumsi yang dapat dipakai dalam menggunakan sumber daya yang terbatas dalam proses produksi agar tercapai hasil yang optimal. Fungsi produksi merupakan hubungan fisik antara variabel output (y) dengan variabel input (x).

2. Fungsi Produksi

Soekartawi (1990) mengemukakan bahwa fungsi produksi adalah hubungan fisik antara variabel yang dijelaskan dan variabel yang menjelaskan. Variabel yang dijelaskan biasanya berupa output dan variabel yang menjelaskan biasanya berupa input.

Menurut Mubyarto (1989) fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (output) dengan faktor-faktor produksi (input). Lebih lanjut dikemukakan bahwa dalam bentuk matematika fungsi ini dituliskan sebagai berikut :

$$Y = F (X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Dimana Y adalah hasil produksi fisik

X_1, X_2, \dots, X_n adalah faktor-faktor produksi

D. Konsep Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses yang mengakibatkan aliran produksi melalui suatu sistem dari produsen ke konsumen. Secara khusus pemasaran dapat didefinisikan

sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisik dan ekonomik dan produsen melalui pedagang ke konsumen (Downey dan Eeriekson, 1989). Selanjutnya Kotler (1997) menyatakan bahwa pemasaran adalah kegiatan yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran.

Nitisemito (1991) mengemukakan bahwa pemasaran adalah semua kegiatan ditunjuk untuk memperlancar arus barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir secara efektif dan efisien.

Menurut Stakon (1979) dalam Swastha (1990) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Defenisi tersebut di atas mempunyai beberapa pengertian dasar antara lain :

- a) Pemasaran merupakan suatu sistem
- b) Seluruh sistem dan kegiatan bisnis harus berorientasi kepada pasar yang efektif.
- c) Pemasaran adalah proses bisnis yang dinamis, secara integral menyeluruh dan bukan gabungan aneka fungsi.
- d) Program pemasaran dimulai dengan gagasan produksi yang tidak berhenti sampai keinginan konsumen terpuaskan, mungkin beberapa waktu setelah penjualan dilakukan.
- e) Agar berhasil, pemasaran harus memaksimalkan laba dalam jangka panjang.

Melihat uraian beberapa ahli pemasaran, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian pemasaran adalah sangat luas dinamis, karena

pemasaran mencakup berbagai persiapan, perencanaan dan penyelidikan segala sesuatu yang menyangkut milik atas barang dan jasa serta pelaksanaan dari pada peralihan itu dan pemasaran tidak hanya diarahkan pada penemuan kebutuhan konsumen saja melainkan juga kegunaan, fungsi barang dan jasa yang dipasarkan tersebut.

Saragih (2001) menyatakan bahwa usaha dikatakan berpeluang untuk dikembangkan (prospektif) apabila memenuhi beberapa criteria, antara lain : layak diusahakan secara ekonomis, permintaan produk cukup besar, ketersediaan bahan baku, sarana dan prasarana yang cukup tersedia/mendukung, dukungan masyarakat setempat (mata pencaharian), lahan yang masih luas serta dukungan kebijakan pemerintah setempat.

Saragih (1998) menjelaskan bahwa peluang usaha dan pemasaran produk agribisnis dapat dilihat pada dua sisi yaitu dari sisi permintaan (demand side) dan sisi penawaran (supply side). Dari sisi permintaan, pasar produk-produk agribisnis di masa akan datang akan sangat besar, baik pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Meningkatnya jumlah produk dan meningkatnya pendapatan perkapita penduduk akan menjadi faktor-faktor penyebab meningkatnya permintaan produk agribisnis. Sedangkan dari sisi penawaran, tersedianya lahan dan tenaga kerja yang cukup besar, tersedianya sumber daya yang sangat potensial seperti pengairan dan kelautan, perkebunan dan industri pengolahan hasil pertanian akan memberi peluang dalam memanfaatkan peningkatan permintaan.

2. Pengertian Pemasaran Pertanian

Pemasaran adalah sistem pertanian rakyat didefinisikan sebagai kegiatan menyalurkan dari titik produksi ke titik konsumsi. Pelaksanaan pemasaran yang dapat memberikan manfaat ekonomi yang sebesar mungkin tetapi tetap selaras dengan kepuasan konsumen dan kepuasan produsen. Kenyataan yang sering dijumpai adanya kelemahan dalam mengembangkan produk pertanian, salah satu diantaranya adalah kurangnya perhatian terhadap masalah pemasaran (Sastratmaja, 1985).

Soekartawi (1991) mengemukakan bahwa komoditi pertanian biasanya melewati rantai pemasaran yang panjang dan para petani sering berada pada posisi dirugikan. Penyebab terjadinya rantai pemasaran yang panjang dan para petani sering berada pada posisi yang dirugikan antara lain :

- a) Petani tidak memperoleh informasi pasar
- b) Petani tidak mampu memanfaatkan peluang pasar
- c) Lemahnya posisi petani untuk memiliki pembeli yang memberikan harga tinggi.
- d) Proses produksi tidak didasarkan pada penentuan pasar melainkan secara turun temurun atau mengikuti petani lainnya.

Kotler (1997) mendefinisikan pemasaran adalah sejumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang diperuntukkan kepada konsumen atau pemakai. Definisi tersebut sangat tepat untuk dijadikan dasar dalam istilah pemasaran pertanian karena pengertian tersebut mencakup pemindahan barang atau jasa mulai dari sub sistem pengadaan dan penyaluran input

pertanian, produsen hasil pertanian, agro industri, pedagang pengumpul, pengecer dan lembaga-lembaga perantara lainnya.

Hanafiah dan Saefuddin (1985) menyatakan bahwa hasil pertanian dan perikanan sifatnya cepat busuk, maka pemasarannya harus cepat dilaksanakan dan tidak boleh lama tersimpan

Produk pertanian umumnya memiliki sifat rawan terhadap kerusakan (Perishable), memiliki ukuran yang besar pertumpukan (bulkyeviluminous) dan beraneka ragam mutunya (guality variaton). Melihat kondisi tersebut, maka hal yang perlu diperhatikan adalah menentukan metode tepat penyimpanan, alat pengangkutan serta penjadwalan. Dilain pihak keanekaragaman mutu memerlukan standarisasi penyortiran dan pengelompokan berdasarkan standar produk yang baku atau diinginkan oleh konsumen.

Swastha dan Irawan (1990) menyatakan bahwa fungsi pemasaran terdiri dari fungsi pertukangan meliputi pengangkutan dan penyimpanan dan fungsi penunjang meliputi pembelanjaan, penanggungungan resiko, standarisasi barang dan grading, serta pengumpulan informasi.

E. Konsep Pendapatan

Berusaha tani adalah suatu kegiatan untuk memperoleh produksi di lapangan pada akhirnya kaan dinilai dari biaya yang dikeluarkan dari penerimaan yang diperoleh. Selisih keduanya merupakan pendapatan dari kegiatan, karena dalam kegiatan itu bertindak seorang petani yang berkiprah sebagai manajer, sebagai pekerja

dan sebagai penanam modal pada usahanya, maka pendapatan dapat digambarkan sebagai balas jasa dan kerjasama faktor-faktor produksi (Soekarya dan Patong, 1986).

Keuntungan dapat digolongkan dalam dua kelompok yaitu : pertama yaitu tiap pengeluaran atau biaya dihemat sebagai akibat perubahan, kedua yaitu tumbuhan pendapatan kotor atau penghasilan yang timbul sebagai akibat perubahan (Soekartawi, 1990).

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan sewa biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usahanya. Bila penerimaan dikurangi dengan biaya produksi, maka hasilnya dinamakan pendapatan (Soekartawi, 1996).

Soekartawi (1993) menyatakan bahwa ukuran pendapatan usaha tani antara lain :

a) Pendapatan kotor usaha tani (gross farm income)

Pendapatan kotor usaha tani sebagai nilai produk usaha tani dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual, jangka waktu, pembukuan umumnya satu tahun dan mencakup semua produk yang dijual

b) Pendapatan bersih tani (out farm income)

Pendapatan bersih usaha tani adalah selisih antara pendapatan kotor usaha tani dan pengeluaran total usaha tani (total farm expenses) merupakan nilai semua masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan di dalam produksi. Tetapi tidak termasuk tenaga keluarga petani, biaya modal sendiri dan bunga modal pinjaman.

c) Penghasilan bersih usaha tani (net farm income)

Penghasilan bersih usaha tani diperoleh dengan cara mengurangi pendapatan bersih dan biaya modal pinjaman.

F. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu alat yang efektif dalam membantu menstrukturkan masalah serta menentukan sasaran secara terukur dan teruji sesuai dengan kondisi lingkungan baik faktor eksternal maupun internal melalui pengamatan lingkungan yang dikenal dengan istilah *enviromental scanning* yaitu kegiatan pengamatan lingkungan untuk mendapatkan gambaran persis mengenai diri dan lingkungan.

Dalam lingkungan internal dan eksternal pada dasarnya terdapat 4 unsur yang selalu dimiliki dan dihadapi yakni secara internal memiliki sejumlah kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan secara eksternal akan berhadapan dengan berbagai peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Fokus analisis berorientasi pada posisi masa depan. Menganalisis berbagai kemungkinan yang dapat terjadi termasuk peluang ataupun ancaman dengan melihat alasan-alasan terjadinya sesuatu permasalahan.

Prosedur Analisis SWOT yakni identifikasi faktor-faktor internal, identifikasi faktor-faktor eksternal, pemetaan interaksi faktor, perumusan isu-isu strategis dan penetapan sasaran strategis (R. Simbolon, 1999).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*). Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan (Rangkuti, 2002).

Suratman (2001) menyatakan bahwa untuk masuk ke dalam persaingan harus dapat menganalisis situasi yang mungkin dihadapi dunia bisnis. Analisis situasi itu lebih dikenal dengan analisis SWOT.

Upaya pengembangan bisnis industri kecil menurut Whelen dan Huger (1996) pada awalnya ditentukan oleh kemampuan mengidentifikasi / mendiagnosis faktor eksternal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman). Hasil identifikasi ini kemudian digunakan sebagai landasan untuk memformulasikan kegiatan dan menentukan standar keberhasilan usaha. Teknis identifikasi ini disebut Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 1998).

Salusu, 1996 menambahkan bahwa analisis SWOT sering dipakai untuk merumuskan keputusan strategik dengan cara mengidentifikasi dan menganalisis secara tepat faktor-faktor lingkungan (internal dan eksternal) lingkungan internal mencakup kekuatan, yaitu kemampuan internal yang memungkinkan suatu usaha mencapai sasarannya, dan kelemahan yakni ketidakmampuan internal yang

melibatkan usaha tidak dapat mencapai sasarannya, sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari 2 faktor strategi yaitu peluang yang diartikan sebagai faktor eksternal yang membantu organisasi mencapai sasaran dan hambatan yang diartikan sebagai faktor eksternal yang menyebabkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya.

Analisis SWOT adalah suatu pekerjaan yang cukup berat karena hanya dengan alternatif-alternatif startegik dapat disusun kegagalan menganalisisnya dalam arti gagal dalam mencari relasi dan titik temu antar faktor-faktor strategik dalam lingkungan internal dengan yang terdapat dalam lingkungan eksternal, sambil mencari hubungannya dengan misi, tujuan dan sasaran organisasi, merupakan pula kegagalan dalam mempersiapkan suatu keputusan strategis yang baik (Salusu, 1996).

Dalam analisis berbagai fakkor dalam lingkungan organisasi, maka beberapa ahli mencoba mendeteksi dimensi-dimensi utama dan lingkungan itu sendiri yang dipandang sangat mempengaruhi keputusan yang akan dibuat.

Aldrich (1979) mendeteksi adanya 5 dimensi :

1. Dimensi kapasitas itu sejauhmana lingkungan mampu mensuplay organisasi dengan sumbe daya yang sangat diperlukan.
2. Dimensi stabilitas – instabilitas yaitu tingkat dan kecepatan perubahan pada komponen penting atau proses-proses perubahan dalam lingkungan
3. Dimensi konsentrasi tersebar yaitu sejauhmana dan pada tingkat mana komponen-komponen penting dalam lingkungan itu terpisa, menyatu, bergabung atau berdekatan satu dengan yang lain.
4. Dimensi konsensus – desesnsus yaitu sampai sejauhmana domain organisasi (lokasi, kegiatan, fungsi-fungsi utama, dan konsumen) dapat diterima secara umum, diperdebatkan dan kemudian ditolak.
5. Dimensi kegoncangan yaitu sejauhmana perubahan pada suatu komponen penting dalam lingkungan menciptakan perubahan pada komponen lainnya.

GG. Dess (dalam Salusu, 1996) mengemukakan 3 dimensi yaitu dimensi tersedianya sumber daya yang mempersoalkan ada tidaknya sumber daya lingkungan yang diperlukan oleh organisasi : Dimensi Kompleksitas yang melekat bagaimana tingkat homogenitas dan konsentrasi dari lingkungan tersebut; Dimensi Dinamisme yaitu pada tingkat mana lingkungan itu stabil dan yang mana penuh kegoncangan.

Dimensi lain dikemukakan oleh Miles (1980) antara lain adalah dimensi statis yang meliputi kompleksitas atau jumlah komponen lingkungan yang harus diperhatikan, alur organisasi, rutinitas atau tingkat hubungan antara organisasi dengan lingkungan yang sifatnya rutin dan sudah standar, keterkaitan dimana komponen-komponen lingkungan itu saling berhubungan satu dengan yang lain sehingga tidak terjadi perubahan, jauh dekat atau tidak seberapa jauh komponen lingkungan itu dekat atau jauh dari aktivitas organisasi; Dimensi dinamis meliputi kadar perubahan yang terjadi pada elemen-elemen penting dalam lingkungan dan perubahan-perubahan yang tidak dapat diprediksi; Reseptifitas mencakup tersedia tidaknya sumber daya lingkungan sejauhmana permintaan dan penolakan lingkungan terhadap produk organisasi dan sejauhmana organisasi memiliki kebebasan untuk memilih domain pelayanannya.

Salah satu hal yang menarik dalam menyimak lingkungan adalah apa yang merupakan elemen eksternal bagi organisasi yang satu, justru merupakan elemen internal dari organisasi yang lain (Salusu, 1996).

Diantara ketiga elemen penting itu elemen-elemen dari lingkungan internal, lingkungan eksternal, serta misi, tujuan dan sasaran harus terdapat titik pertemuan yang tumpang tindih yang disebut titik singgung.

Degan memanfaatkan strategik yang efektif dapat menolong organisasi untuk mencari titik cocokan antara ketiga elemen penting tersebut. Apabila terdapat titik singgung suatu organisasi dapat menciptakan suatu strategi yang menguntungkan dan memuaskan ruangan konsep titik singgung ini selalu dipengaruhi oleh perubahan-perubahan yang berfluktuasi dalam lingkungan (Salusu, 1996).

Salah satu model analisis SWOT yang merupakan rangkuman dari beberapa model adalah yang diperkenalkan oleh Kearns (dalam Salusu) yang menempatkan enam kotak, dua yang paling diatas adalah kotak-kotak eksternal yaitu peluang dan ancaman/tantangan, sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah kotak-kotak internal yaitu kekuatan-kekuatan dan kelaamatan-kelemahan organisasi, empat kotak lainnya; A, B, C dan D merupakan kotak-kotak isu strategik yang timbul sebagai hasil kotak antara faktor-faktor eksternal dan internal. Keempat isu strategik itu diberi nama (A) Comparative advantage, (B) Mobilization, (C) Investment/Devestment dan (D) Damage Control. Gambar matriks tersebut adalah sebagai berikut :

	Peluang	Ancaman
Kekuatan	A	B
Kelemahan	C	D

Apabila para pengambil keputusan telah melihat peluang yang tersedia, dan ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat maka organisasi itu menghadapi isu strategik yang dapat disebut keuntungan komparatif. Dua elemen strategik yang lebih baik bertemu sehingga para eksekutif tidak membiarkannya hilang tetapi sebaliknya, harus memperkuatnya dalam berbagai perencanaan yang mampu mendukungnya. Sel A ini memberi kemungkinan bagi organisasi untuk berkembang lebih cepat, namun harus senantiasa waspada terhadap perubahan yang tidak menentu dalam lingkungan.

Sel B yaitu strategik mobilization adalah kotak interaksi dan pertemuan antara ancaman/tantangan dari luar yang diidentifikasi oleh para pengambil keputusan dengan kekuatan organisasi. Di sini para eksekutif hendaknya memaksimalkan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut bahkan kalau mungkin dapat merubahnya sebagai peluang.

Sel C merupakan isu strategis investment/devestment yang memberi pilihan bagi para eksekutif, karena situasinya kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan tapi tidak ada kemampuan organisasi untuk menggarapnya dan memberikan reaksi positif, kalau dipaksakan bisa memakan biaya yang terlalu besar sehingga merugikan organisasi. Lebih baik tinggalkan dan serahkan kepada organisasi lain yang mungkin memiliki posisi yang lebih baik.

Sel D merupakan kotak paling lemah dari semua sel karena dapat membawa bencana bagi organisasi, paling tidak merugikan program-programnya. Sudah terancam dari luar lalu dihadapi oleh sumber daya yang sangat lemah, strategi yang harus ditempuh oleh para eksekutif adalah mengendalikan kerugian yang diderita sehingga tidak separah yang diperkirakan.

Dalam hal isu-isu itu masih kabur menurut Kearns masih dapat dijabarkan lebih rinci, misalnya dibuat matriks khusus untuk kekuatan dan peluang. Kekuatan dijabarkan dalam kekuatan yang nyata dimiliki organisasi sekarang dan kekuatan potensial yang belum nampak betul. Kemudian peluang jabarkan dalam peluang yang sangat meyakinkan dan peluang yang kurang meyakinkan. Keempat sel akan memuat isu-isu yang sudah lebih jelas. Sel pertama yaitu kotak interaksi antara kekuatan yang nyata dengan peluang yang meyakinkan akan menampilkan isu keuntungan komparatif yang sangat tinggi. Sel kedua interaksi antara peluang yang kurang meyakinkan dengan kekuatan yang potensial akan mendorong para pengambil keputusan untuk harus menganalisis peluang lebih jauh. Sel ketiga adalah interaksi antara kekuatan potensial dengan peluang yang meyakinkan, akan memaksa para pengambil keputusan untuk masih menganalisis investasi yang diperlukan. Sedangkan kotak keempat adalah interaksi antara kekuatan potensial dengan peluang yang kurang meyakinkan, akan menampilkan sisi keuntungan komparatif yang paling rendah (Salusu, 1996).

Menurut Kofler dan Murphi (dalam Salusu) bahwa para Administrator Universitas hendaknya menilai ancaman dalam dua dimensi yaitu pertama, kerugian

potensial dapat diukur dan jumlah uang dan prestise yang akan hilang apabila ancaman itu menjadi kenyataan, dan kedua adalah probabilitas terjadinya.

Model analisis SWOT yang dikemukakan David (dalam Salusu) cukup komprehensif dan seara terinci melengkapai semua model tersebut. model ini disebut matriks TWOS yang senantiasa ingin mendahulukan analisis ancaman dan peluang yang kemudian melihat sejauhmana kapabilitas internal yang sesuai dan cocok dengan faktor-faktor eksternal tersebut.

Ada empat strategi yang tampil dari hasil analisis TWOS tersebut yaitu strategis SO dipakai oleh organisasi untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dari lingkungan eksternal. Selanjutnya strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan luar. Strategi ST digunaka oleh organisasi untuk menghindari paling memperkecil dampak dari ancaman yang datang dari luar. Dan strategi WT adalah taktik pertahanan yang diarahkan pada usaha memperkecil kelemahan internal dan menghidari ancaman eksternal.

G. Kerangka Pikir

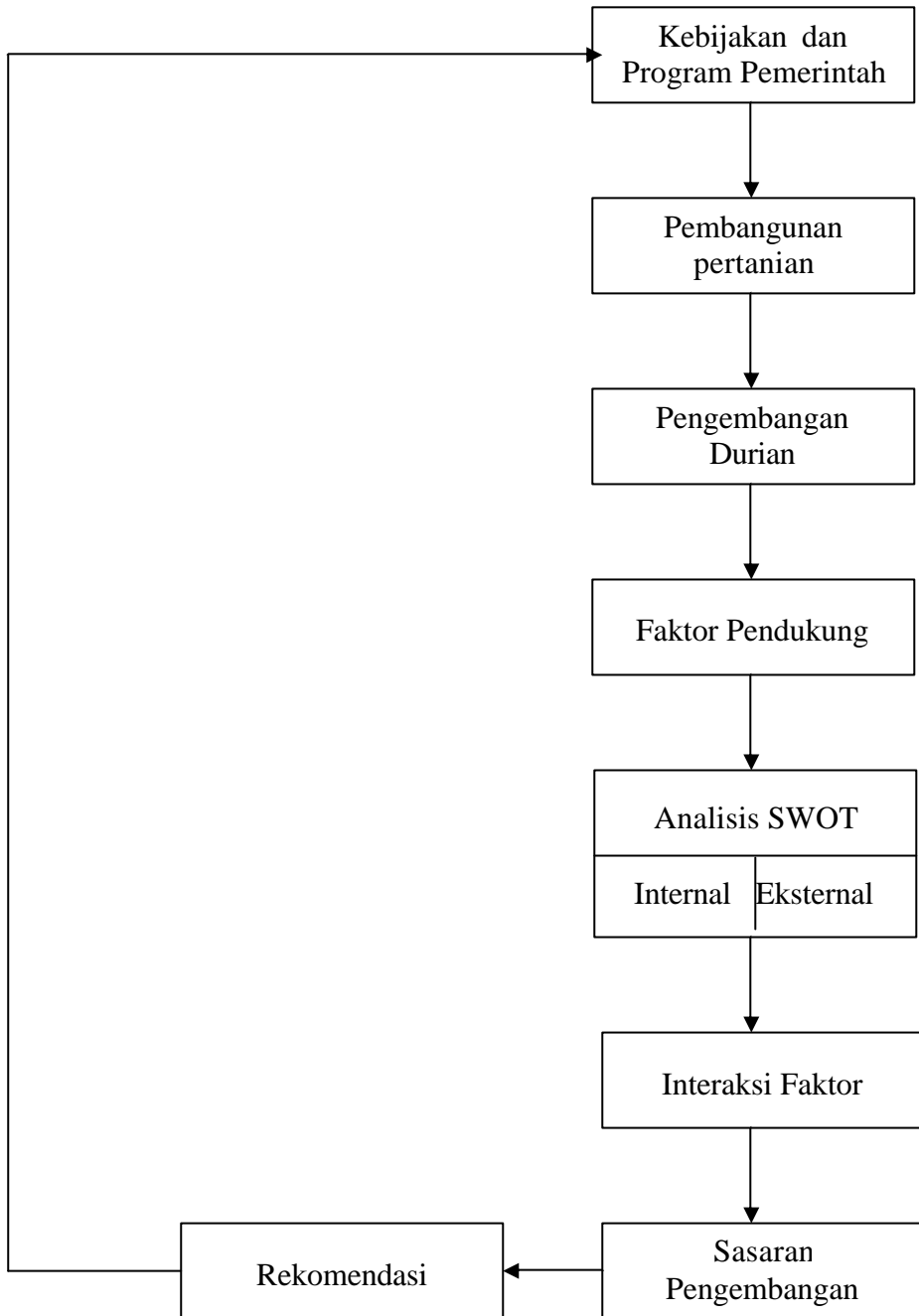
Substansi prospek pengembangan durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara adalah usaha peningkatan pendapatan petani, secara langsung akan memberikan multiplier effect, yang luas terhadap peningkatan kesejahteraan petani sekaligus akan memungkinkan terjadinya transpormasi teknologi dari sistem berusaha sub sistem ke sistem berusaha tani komersil.

Selama beberapa tahun terakhir tanaman durian lokal unggul di Kabupaten Luwu Utara mulai mendapat perhatian yang serius dari Pemerintah karena komoditas tersebut merupakan salah satu komoditi andalan Luwu Utara yang diharapkan dapat menjadi sumber pendapatan petani. Namun demikian, prospek pengembangan durian unggul tidak terlepas dari berbagai masalah-masalah. Salah satu permasalahan yang dianggap penting dilihat dari aspek ekonomi, sosial dan teknis serta berbagai implikasi pengembangan.

Untuk memecahkan sekian banyak masalah yang tidak mungkin dapat dilakukan sekaligus oleh karena keterbatasan waktu, dana dan pertimbangan ketersediaan data, untuk itu perlu dilakukan identifikasi masalah yang dianggap penting dan mendesak.

Spesifikasi masalah yang perlu dipecahkan adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prospek pengembangan durian lokal unggul dilihat dari Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treat) yakni : modal usaha, ketersediaan bibit, daya dukung lahan, teknologi budidaya, topografi, iklim, ketersediaan saprodi (pupuk, obat-obatan), dukungan kebijakan pemerintah, ketersediaan tenaga kerja, informasi potensi pemasaran. Untuk jelasnya dapat dikemukakan skema kerangka pikir berikut :

Kerangka Pikir



H. Hipotesis

1. Diduga strategi yang mendukung pengembangan durian lokal unggul adalah: strategi strengths opportunities (SO), strategi threats (ST), strategi weaknesses opportunities (WO), strategi weaknesses threats (ST).
2. Diduga strategi yang paling mendukung adalah strategi strengths opportunities (ST).