

**ROADMAP PENGEMBANGAN AGRIBISNIS NANAS MADU ORGANIK
DI KABUPATEN BANTAENG**

DWI WANDANI SARI



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**ROADMAP PENGEMBANGAN AGRIBISNIS NANAS MADU ORGANIK
DI KABUPATEN BANTAENG**

Tesis

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

DWI WANDANI SARI

NIM. P042202022

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

TESIS

**ROADMAP PENGEMBANGAN AGRIBISNIS NANAS MADU ORGANIK
DI KABUPATEN BANTAENG**

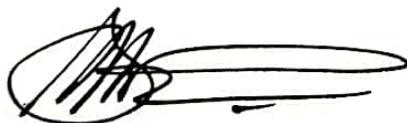
Disusun dan diajukan oleh

DWI WANDANI SARI
NIM: P042202022

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Agribisnis Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin pada tanggal 18 Juli 2023 dan telah dinyatakan memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Baharuddin, Dipl.Ing
NIP. 19601224 198601 1 001

Pembimbing Pendamping



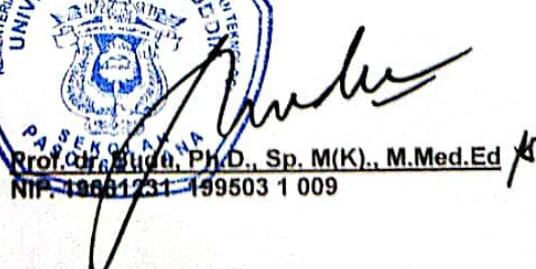
Prof. Dr. Musran Munizu, SE., M.Si
NIP. 19750909 200012 1 001

**Ketua Program Studi
Magister Agribisnis**



Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, SP., M.Si
NIP. 19671223 199512 1 001

**Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin**



Prof. Dr. Huda, Ph.D., Sp. M(K), M.Med.Ed
NIP. 19661231 199503 1 009

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, tesis berjudul "Roadmap Pengembangan Agribisnis Nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng" adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing Prof. Dr. Sc.Agr.Ir.Baharuddin sebagai Pembimbing Utama dan Prof. Dr. Musran Munizu,SE.,M.Si sebagai Pembimbing Pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka tesis ini. Sebagian dari isi tesis ini telah dipublikasikan di Jurnal **(IOP Conference Series: Earth and Environmental Science-the 4 th)** International Conference of FOOD Security and Sustainable Agriculture in Tropics (FFSAT 2023) terindex Scopus sebagai artikel dengan judul "Roadmap For Development Of Organic Honey Pineapple In bantaeng Regency".

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 10 Juni 2023




DWI WANDANI SARI
P042202022

Ucapan Terima Kasih

Saya bersyukur bahwa tesis ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses dan tesis ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi dan arahan **Prof. Dr. Ir. Baharuddin, Dipl. Ing** sebagai Pembimbing Utama dan **Prof. Dr. Musran Munizu, SE., M. Si** sebagai Pembimbing Pendamping. Saya mengucapkan berlimpah terima kasih kepada mereka. Penghargaan yang tinggi juga saya sampaikan kepada Bapak **Abdul Hafid, S. Ag, S. Pd** Ketua Kelompok Tani Samaturu yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian di lokasinya.

Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada pimpinan Universitas Hasanuddin dan Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah memfasilitasi saya menempuh program magister serta para dosen serta rekan-rekan saya, **Multazam, Dewi Permatasari, Nurlaela, Khusnul khatima, Nursyami Nisa'a, Trianti Alqadri, Sairul Kariati, Alif Munandar, Anindya Putri** dan rekan-rekan seperjuangan angkatan 2020 Magister Agribisnis.

Akhirnya, kepada kedua orang tua tercinta Tetta **Sahabuddin** dan Mama **Suada**, kakak **Dian Ekawati**, Adik **Ahmad Danial** dan seluruh keluarga saya mengucapkan limpah terima kasih atas doa, pengorbanan dan motivasi selama saya menempuh pendidikan. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan kepada suami tercinta **Syamsul Bahri** yang setia mendampingi dalam menyelesaikan studi dan dukungan yang tak ternilai. Serta anak saya tercinta yang menjadi spirit perjuangan dalam menyelesaikan pendidikan **Zea Almira Sulhan** semoga kelak kau bisa melebihi pencapaian ibu.

Penulis,

DWI WANDANI SARI

ABSTRAK

DWI WANDANI SARI. *Roadmap Pengembangan Agribisnis Nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng* (dibimbing oleh **Baharuddin** dan **Musran Munizu**).

Usahatani nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng merupakan salah satu potensi yang perlu dikembangkan secara komprehensif dari hulu sampai hilir. Selama ini buah nanas yang dijual masih dalam bentuk buah segar, sehingga nilai tambah dari nanas masih sangat rendah dan multiplier effect ekonomi yang ditimbulkan masih sangat kecil. Secara umum terdapat kendala faktor internal dan faktor eksternal dalam agribisnis nanas madu organik di kabupaten Bantaeng. Penelitian ini bertujuan untuk merancang Roadmap pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng. Metode penelitian yang digunakan adalah mixed methods. Berdasarkan hasil analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), kemudian penentuan strategi prioritas menggunakan Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), maka roadmap pengembangan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng yaitu 1) subsistem hulu: perbaikan irigasi kebun, Penyediaan Alat mesin pertanian, Pemilihan bibit unggul, Pengembangan bioindustri (pupuk organik dan biopestisida); 2) subsistem On-Farm: Penerapan GAP dan SOP budidaya nanas madu organik, Optimalisasi dan perluasan areal pertanaman; 3) subsistem hilir: Fasilitasi sarana prasarana pasca panen dan pengolahan hasil dan packing house, Diversifikasi produk dari nanas madu, Penerapan sistem jaminan mutu produk segar dan olahan, Perbaikan tampilan Produk; 4) subsistem Pendukung; Pendidikan dan pelatihan Penyuluh Pertanian Lapangan dan Kelompok tani, Penguatan kelembagaaan pemasaran dan kemitraan, Branding produk melalui platform digital, Pengembangan kawasan agrowisata nanas organik.

Kata Kunci : *Roadmap, Agribisnis, Nanas madu, Organik*



ABSTRACT

DWI WANDANI SARI. *Roadmap for Development of Organic Honey Pineapple Agribusiness in Bantaeng Regency* (supervised by **Baharuddin** and **Musran Munizu**).

Organic honey pineapple farming in Bantaeng Regency is one of the potentials that need to be developed comprehensively from upstream to downstream. Since pineapples are sold in the form of fresh fruit, it caused the added value of pineapples so the economic multiplier effect gained is lower. Generally, there are constraints on internal and external factors in organic honey pineapple agribusiness in the Bantaeng district. This research aims to design a Roadmap for organic honey pineapple agribusiness development in Bantaeng Regency. The research method used is mixed methods. Based on the results of SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), then determining priority strategies using the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) Matrix, the roadmap of organic honey pineapple in Bantaeng Regency, namely 1) upstream subsystem: improvement of garden irrigation, provision of agricultural machinery, selection of superior seeds, and development of bioindustry (organic fertilizers and biopesticides); 2) On-Farm subsystem: Implementation of GAP and SOP for organic honey pineapple cultivation, Optimization and expansion of planting areas; 3) downstream subsystem: Facilitation of infrastructure for post-harvest and product processing and packing houses, product diversification from honey pineapple, application of a quality assurance system for fresh and processed products, improvement of product appearance; 4) Supporting subsystem; Education and training for Agricultural Field Extension and Farmer Groups, Strengthening marketing and partnership institutions, Product branding through digital platforms, Development of organic pineapple agro-tourism areas.

Keywords: *Roadmap, Agribusiness, Honey Pineapple, Organic*



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN PENGAJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN TESIS..... | iv |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat | 4 |
| BAB II METODE PENELITIAN | |
| 2.1 Tempat dan Waktu..... | 6 |
| 2.2 Metode Penelitian | 6 |
| 2.3 Teknik Analisis Data..... | 8 |
| 2.4 Kerangka Pikir..... | 14 |
| BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN | 16 |
| 3.1 Hasil..... | 16 |
| 3.1.1 Deskripsi Umum Lokasi Penelitian | 16 |
| 3.1.2 Identitas Responden..... | 20 |
| 3.1.3 Agribisnis Nanas Madu Organik | 26 |
| 3.1.4 Analisis Faktor Internal dan Eksternal..... | 37 |
| 3.1.5 Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal | 38 |
| 3.1.6 Analisis Matriks Posisi | 41 |
| 3.1.7 Strategi Pengembangan Agribisnis Madu Organik | 43 |
| 3.1.8 Analisis QSPM | 44 |

| | | |
|---------------------|--|----|
| 3.1.9 | Roadmap Pengembangan Agribisnis Nanas Madu Organik Di Kabupaten Bantaeng | 45 |
| 3.2 | Pembahasan | 50 |
| 3.2.1 | Faktor Yang mempengaruhi Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng | 50 |
| 3.2.2 | Strategi Pengembangan Agribisnis Nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng | 58 |
| 3.2.3 | Roadmap Pengembangan Agribisnis Nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng | 60 |
| BAB IV. | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 65 |
| 4.1 | Kesimpulan..... | 65 |
| 4.2 | Saran..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 68 |
| LAMPIRAN | | 71 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|----------|---|
| Tabel 1 | Data Produksi Nanas Kabupaten Bantaeng 2 |
| Tabel 2 | Produksi Kotoran Ternak Di Kabupaten Bantaeng 18 |
| Tabel 3 | Unit Pengelola Pupuk Organik (UPPO) Di Kabupaten Bantaeng..... 19 |
| Tabel 4 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 20 |
| Tabel 5 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan 21 |
| Tabel 6 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Luas Lahan..... 22 |
| Tabel 7 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Produksi Nanas 23 |
| Tabel 8 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan..... 24 |
| Tabel 9 | Kelayakan Usahatani nanas madu organik Kabupaten Bantaeng..... 25 |
| Tabel 10 | Faktor Lingkungan Internal 37 |
| Tabel 11 | Faktor Lingkungan Eksternal 37 |
| Tabel 12 | Internal Factor Evaluation (IFE)..... 38 |
| Tabel 13 | Eksternal Factor Evaluation (EFE) 40 |
| Tabel 14 | Analisis SWOT Usahatani nanas madu organik 41 |
| Tabel 15 | Strategi Analisis SWOT 43 |
| Tabel 16 | Hasil Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)..... 44 |
| Tabel 17 | Roadmap Pengembangan Agribisnis nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng 46 |
| Tabel 18 | Rencana Anggaran Pengembangan Agribisnis nanas Madu Organik di Kabupaten Bantaeng 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|-----------|--|
| Gambar 1 | Diagram Analisis SWOT 10 |
| Gambar 2 | Kerangka Pikir roadmap pengembangan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng 15 |
| Gambar 3 | Pengolahan Tanah Nanas Madu Organik..... 26 |
| Gambar 4 | Penggunaan Bibit Nanas Madu Organik..... 27 |
| Gambar 5 | Penanaman Nanas Madu Organik..... 28 |
| Gambar 6 | Penyiangan Nanas Madu Organik 29 |
| Gambar 7 | Pengendalian Hama dan Penyakit tanaman nanas 30 |
| Gambar 8 | Pemupukan Usahatani Nanas Madu Organik..... 31 |
| Gambar 9 | Panen dan pascapanen Nanas Madu Organik 32 |
| Gambar 10 | Pemasaran Nanas Madu Organik..... 33 |
| Gambar 11 | Penunjang Agribisnis Nanas Madu Organik..... 35 |
| Gambar 12 | Matriks Posisi SWOT..... 42 |
| Gambar 13 | Alternatif dan Peluang Industri Nanas Madu organik ... 49 |

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara agraris menjadikan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian sebagian besar rakyatnya yang kemudian memiliki peran penting dalam perekonomian negara, baik itu pada pertumbuhan ekonomi, penerimaan devisa, pemenuhan kebutuhan pangan, maupun penyerapan tenaga kerja. Akhir-akhir ini pembahasan terhadap Agribisnis (*Agribusiness*) telah berkembang sedemikian rupa sehingga menarik perhatian banyak orang. Salah satu komoditas pertanian yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan saat ini adalah komoditas hortikultura yakni buah-buahan.

Tanaman nanas (*Ananas Comosus* L.) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang penting untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekspor yang tinggi. Indonesia termasuk negara penghasil nanas terbesar ketiga setelah Filipina dan Thailand untuk wilayah Asia Tenggara. Pada tahun 2020, BPS mencatat produksi nanas Indonesia mencapai 2.447,24 ribu ton dengan nilai ekspor di pasar internasional mencapai US\$ 274,126 juta. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 34,49% dari tahun 2019 yang tercatat sebesar US\$ 203,819 juta. Sebagai salah satu provinsi penghasil nanas, produksi nanas di Sulawesi Selatan pada Tahun 2020 mencapai 2.111,00 Ton.

Perkembangan nanas di Kabupaten Bantaeng sebagai salah satu kabupaten yang memproduksi nanas di Sulawesi Selatan mengalami peningkatan yang signifikan 5 tahun terakhir seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data Produksi Nanas Kabupaten Bantaeng

| Tahun | Produksi (Ton) |
|--------------|-----------------------|
| 2016 | 0,46 |
| 2017 | 2,08 |
| 2018 | 2,08 |
| 2019 | 6,02 |
| 2020 | 15,41 |

Sumber: BPS Sulawesi Selatan 2021, Setelah diolah

Kelompok tani Samaturu merupakan salah satu kelompok tani yang membudidayakan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng, sejak tahun 2015 telah menerapkan Prima 3 dan telah mendapat registrasi Good Agricultural Practices (GAP) oleh Kementerian Pertanian pada tahun 2021. Perwujudan sertifikasi GAP ini menjadi salah satu syarat perdagangan internasional, sebagai jaminan mutu, eco labelling, keberlanjutan, dan kesejahteraan pekerja yang tentunya ini merupakan peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan pasar hingga ekspor (Balitkabi, 2019)

Nanas yang diminati konsumen saat ini adalah nanas madu, karena memiliki karakteristik rasa yang sangat manis dan juga segar (Arif, F., dkk, 2021). Permintaan pasar akan nanas madu organik meningkat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shahrudin et al. (2010) menyebutkan bahwa pola konsumsi terhadap makanan organik telah menjadi populer, karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjalankan pola hidup sehat dengan mengonsumsi makanan tanpa zat aditif, bahan pengawet dan pewarna. Permintaan nanas madu yang berasal dari Kabupaten Bantaeng telah mencapai 1 ton/minggu di salah satu pasar modern kota Makassar tetapi belum bisa dipenuhi oleh petani nanas di Kabupaten Bantaeng karena masa panen nanas hanya satu kali dalam satu tahun yakni dibulan Oktober sampai Januari sehingga untuk memenuhi kebutuhan nanas di bulan maret sampai September di supply dari pulau jawa, hal ini merupakan sebuah

peluang yang sangat menjanjikan sekaligus tantangan bagi petani nanas di Kabupaten Bantaeng.

Selama ini buah nanas yang dijual masih dalam bentuk buah segar, sehingga nilai tambah dari nanas masih sangat rendah dan *multiplier effect* ekonomi yang ditimbulkan masih sangat kecil. Nanas madu dalam keadaan segar di jual seharga 5.000/kg dengan jumlah produksi kurang lebih 20 ton/ha/Tahun maka Omset penjualan nanas madu mencapai Rp.100.000.000/ha/Tahun, padahal jika di olah menjadi misalnya menjadi selai nanas maka nilai tambah yang dihasilkan mencapai Rp. 30.000/kg dengan sengan omset penjulalan 600.000.000/Tahun. Pengolahan buah nanas merupakan upaya untuk mempertahankan kandungan gizi buah, memperpanjang daya simpan buah, memperkecil kerusakan pasca panen dan yang terpenting dapat meningkatkan nilai ekonomis buah nanas dan penganekaragaman produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani (Nastiti Winahyu, 2022) . Nanas madu organik dapat diolah menjadi berbagai macam produk seperti selai, kripik dan jus dapat memberikan kesempatan kerja khususnya kepada ibu rumah tangga melalui pemberdayaan. Namun akses informasi dan pengolahan nanas madu organik belum banyak dan masih berskala kecil, sementara produk turunan dan nanas itu sendiri sangat beragam. Selain menghasilkan dalam bentuk produk olahan, kebun nanas tersebut dapat menjadi kawasan agrowisata dan lahan pendidikan sehingga dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan petani. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menyusun Roadmap pengembangan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Kabupaten Bantaeng di lihat dari aspek ekologis merupakan daerah yang potensial untuk pengembangan nanas madu organik karena kondisi iklim dan lahan cocok untuk tanaman nanas. Namun disisi yang lain, dalam pengembangannya masih banyak yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, berdasarkan hal-hal tersebut di atas dapat dirumuskan masalah pokok penelitian sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng?
2. Prioritas Strategi apa yang dapat diterapkan untuk pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng?
3. Bagaimana model Roadmap yang dapat disusun untuk menunjang pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng ?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng
2. Menganalisis prioritas strategi pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng
3. Menyusun roadmap pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Bagi Petani

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan dan acuan bagi petani dalam budidaya dan pengolahan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan referensi dalam pengembangan teori mengenai roadmap pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng.

3. Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bagian informasi dan sumbangan pemikiran terhadap arah kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah daerah, khususnya terkait pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 14 Juni sampai dengan 13 Agustus 2022, Lokasi penelitian bertempat di Kabupaten Bantaeng. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (purposive method) dengan dasar pertimbangan pemilihan merupakan lokasi budidaya nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng.

2.2 Metode Penelitian

2.2.1 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan, (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani nanas madu organik di kabupaten Bantaeng.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi, (Arikunto, 2002). Untuk menghasilkan sampel yang representative di upayakan agar setiap objek populasi dalam penelitian mewakili peluang yang sama menjadi unsur populasi, sehingga di perlukan adanya metode penarikan sampel yang akan di ambil tidak ada ketentuan yang pasti, akan tetapi "Apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat di ambil antara 10 – 15 % atau 20 – 25 % atau lebih" (Arikunto, 2002).

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah penelitian populasi karena berjumlah kurang dari 100 orang yaitu Seluruh Petani yang membudidayakan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng sebanyak 10 orang yang akan memberikan masukan dalam penentuan faktor strategis internal, selanjutnya, menggunakan 10 orang informan kunci dengan pengisian kuisisioner dan wawancara mendalam (*indepth interview*) yang berasal dari Ketua kelompok tani, Penyuluh Pertanian, Koordinator Balai Penyuluhan Pertanian, Kepala Bidang Penyuluhan, Kepala Bidang Hortikultura, Kepala Seksi Kelembagaan Petani, Dinas Koperasi dan Umkm, Bappeda, Pedagang Pengumpul, Pedagang Ecer dan mitra usaha yang akan memberikan masukan dalam proses identifikasi dan penentuan faktor-faktor strategis eksternal mengenai strategi pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng yang ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*).

2.2.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan dalam dua jenis yaitu:

1. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk verbalistik berupa informasi-informasi sekitar pokok bahasan, baik secara lisan maupun tulisan. Dimana data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data mengenai Roadmap pengembangan agribisnis nanas madu di Kabupaten Bantaeng.
2. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka. Data ini berasal dari dalam lokasi penelitian.

Analisis kuantitatif dilakukan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal termasuk situasi persaingan yang diwujudkan dalam matriks External Factor Evaluation (EFE) dan matriks Internal Factor Evaluation (IFE). Selanjutnya analisis kualitatif menggunakan matriks SWOT dan matriks QSPM.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian, melalui wawancara dengan petani nanas madu organik, pemerintah, masyarakat, dan akademisi agar dapat memperoleh data-data akurat dan konkret mengenai masalah penelitian.
2. Data sekunder adalah berupa dokumen-dokumen dan laporan tertulis dari petani serta informasi lain yang ada hubungannya dengan masalah ini.

2.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Teknik observasi langsung, yaitu cara mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung dilokasi penelitian.
2. *Interview* atau wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara bertanya kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan.
3. Dokumentasi dengan mengambil gambar ditempat penelitian.

2.3 Teknik Analisis Data

2.3.1 Analisis Finansial

Analisis finansial merupakan kajian keuangan untuk mengetahui keberhasilan dan penerimaan yang telah dicapai usaha nanas madu organik di Bantaeng. Analisis *Return Cost (R/C) ratio* merupakan perbandingan (ratio atau nisbah) antara penerimaan (*revenue*) dengan biaya (*cost*).

$$a = R/C \dots \dots \dots (6)$$

$$R = P_y \times Y \dots \dots \dots (7)$$

$$C = FC + VC \dots \dots \dots (8)$$

$$a = P_y \times Y / (FC + VC) \dots \dots \dots (9)$$

Keterangan:

$a = R/C$ ratio

R = Penerimaan (*revenue*)

C = Biaya (*cost*)

P_y = Harga output

Y = Output

FC = Biaya tetap (*fixed cost*)

VC = Biaya variabel (*variable cost*)

Kriteria keputusan:

$R/C > 1$, usahatani untung

$R/C < 1$, usahatani rugi

$R/C = 1$, usahatani impas (tidak untung/tidak rugi)

2.3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Rangkuti, 2016). Menurut Gurel dan Merba (2017), Analisis SWOT adalah suatu metode yang digunakan dalam perencanaan strategis dan manajemen strategis sebuah organisasi, serta dapat digunakan untuk menciptakan strategi organisasi dan strategi kompetitif.

Analisis SWOT memiliki empat komponen faktor – faktor menurut Ifediora et al. (2014) sebagai berikut :

- a. *Strengths* (Kekuatan), adalah kelebihan yang memungkinkan pelaku untuk menyelesaikan misi organisasi.
- b. *Weaknesess* (Kelemahan), merupakan kekurangan yang berkaitan dengan faktor-faktor didalam organisasi yang dapat menghambat pencapaian hasil yang sukses bagi organisasi.
- c. *Opportunities* (Peluang), peluang adalah yang berhubungan dengan komponen eksternal, dapat membantu dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan untuk organisasi.

d. *Threats* (Ancaman), ancaman ada ketika kondisi di lingkungan eksternal membahayakan keunggulan dan keuntungan organisasi.

Analisa data yang sudah diperoleh dengan menentukan faktor-faktor manakah yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan, kemudian disusun dalam bentuk tabel IFAS dan EFAS guna pengembangan mutu perusahaan. Langkah-langkah dalam analisis SWOT menurut Rangkuti (2016) adalah:

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.
- b. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas.
- c. Memberikan bobot pada masing-masing faktor yang didasari oleh tingkat kepentingannya bobot mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut berkemungkinan sebagai dampak terhadap faktor strategis.
- d. Menghitung *rating* skor untuk masing - masing faktor dengan memberikan nilai skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan dari pengaruh factor tersebut dengan kondisi di perusahaan. Pemberian nilai *rating* skor untuk faktor kekuatan dan peluang dianggap bersifat positif (kekuatan dan peluang yang semakin besar maka diberi *rating* skor 4, tetapi jika kekuatan atau peluang semakin kecil maka diberi *rating* skor 1). Pemberian *rating* skor pada kelemahan dan ancaman merupakan sebaliknya. Apabila nilai kelemahan dan ancaman sangat besar maka diberikan *rating* skor 1. Sebaliknya, jika kelemahan atau ancaman sedikit maka diberikan *rating* skor 4.

- e. Menghitung jumlah total skor dengan mengalikan bobot dan *rating* skor untuk masing masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Matriks SWOT dapat digunakan dalam menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan, serta disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT adalah alat yang penting untuk membantu pelaku usaha mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*) (Rangkuti 2016).

Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis sebagai berikut :

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi yang menggunakan kekuatan untuk memaksimalkan peluang.
- b. Strategi ST (*Strengths-Threats*), strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk meminimalkan ancaman.
- c. Strategi WO (*Weaknesess-Opportunities*), strategi yang digunakan berdasarkan dari memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
- d. Strategi WT (*Weaknesess- Threats*), strategi yang digunakan pada kegiatan usaha atau organisasi dalam meminimalkan kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman (Ingaldi dan Katarina, 2014).

Pada matriks SWOT untuk faktor internal disebut dengan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal disebut dengan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) (Zainuri dkk, 2019).

- a. IFAS, menurut Yulianti dan Riyanti (2016) IFAS adalah matriks yang digunakan untuk mengendalikan faktor strategis dari internal dalam bentuk kekuatan dan kelemahan. Tabel IFAS adalah kumpulan susunan kekuatan dan kelemahan untuk merumuskan faktor strategi internal (Iswanto, dkk 2019).

- b. EFAS, menurut Yuliati dan Riyanti (2016) matriks EFAS adalah matriks yang digunakan untuk mengatur faktor-faktor strategis eksternal yang dapat berpengaruh bagi keberlangsungan organisasi. Faktor-faktor eksternal ini berupa peluang dan ancaman. Menurut Setya, dkk (2017) analisis faktor strategis eksternal berpusat pada situasi yang ada dan tren yang muncul dari luar, tetapi dapat berpengaruh dalam kinerja organisasi.

Diagram analisis SWOT berdasarkan kuadran strategi dapat dilihat pada Gambar 1. :



Gambar.1 Diagram Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016) menjelaskan diagram analisis SWOT sebagai berikut :

- a. Kuadran I : Merupakan kondisi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan pada kondisi ini adalah strategi yang menunjang dari pertumbuhan yang signifikan (*Growth oriented strategy*).
- b. Kuadran II : Walaupun perusahaan menghadapi beragam ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari internal. Strategi yang digunakan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi menciptakan produk baru dan memperluas pasar.

- c. Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi juga mengalami beberapa kendala/kelemahan internal. Strategi perusahaan berfokus pada meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat mendapatkan peluang pasar yang lebih baik (*Turn Around Strategy*).
- d. Kuadran IV : Merupakan kondisi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan dari dalam perusahaan. Perusahaan tersebut harus segera mencari strategi bertahan (*Defensive Strategy*).

2.3.3. Matriks QSPM

Komponen utama dari QSPM: Key Factors, Strategic Alternatives, Weights, Attractiveness Score (AS), Total Attractiveness Score (TAS) Dan Sum Attractiveness Score (Rinawati, 2017). QSPM terdiri dari kolom faktor-faktor kunci eksternal dan internal yang diperoleh dari matriks EFE, bobot, baris teratas terdiri dari strategi alternatif yang layak yang dibagi dalam kolom-kolom dimana setiap kolomnya berisi Nilai Daya Tarik (AS) dan Total Daya Tarik (TAS), serta Jumlah Total Daya Tarik. Untuk kolom bobot dan Nilai Daya Tarik diisi sesuai dengan nilainya atau hasil dari pengelompokan faktor-faktor sesuai kepentingannya. Nilai Daya Tarik diisi harus diberikan pada setiap strategi untuk menunjukkan daya tarik relatif dari suatu strategi atas strategi yang lain dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Nilai Daya Tarik dimulai dari 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik.

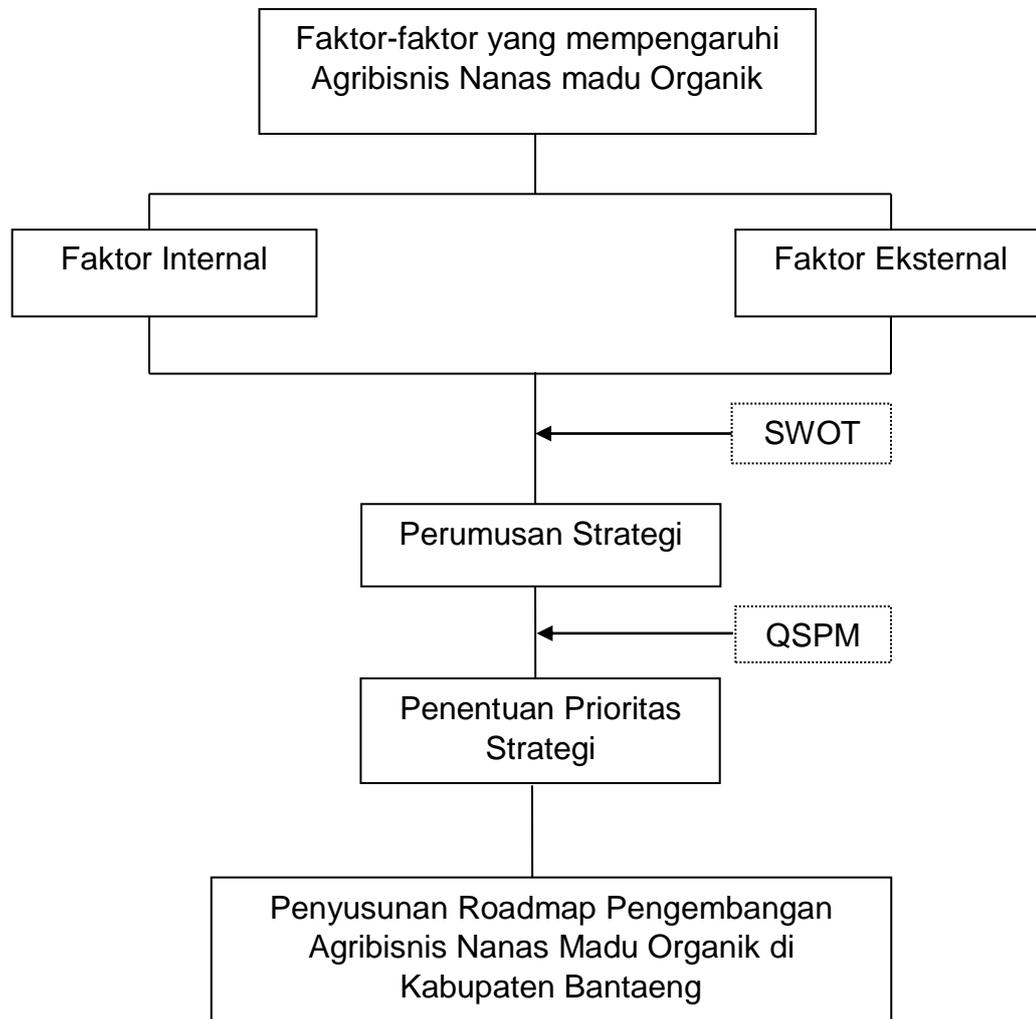
Total Nilai Daya Tarik merupakan kali kolom bobot dan Nilai Daya Tarik setiap baris. Total Nilai Daya Tarik menunjukkan Daya Tarik relatif setiap strategi alternatif dengan hanya mempertimbangkan dampak dari faktor sukses kritis dari baris tersebut. Semakin tinggi Total Daya Tarik mengungkapkan strategi mana yang paling menarik. Dalam setiap kolom strategi dengan cara menjumlahkan Total Nilai Daya Tarik dalam setiap kolom strategi QSPM. Semakin tinggi nilai menunjukkan strategi itu

semakin menarik dengan mempertimbangkan semua faktor sukses kritis relevan yang dapat mempengaruhi keputusan strategi.

2.4. Kerangka Pikir

Kegiatan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng dapat dikategorikan kedalam subsistem input, subsistem produksi, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran dan subsistem penunjang. Untuk menunjang keberhasilan agribisnis nanas madu organik tentunya dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha budidaya nanas madu organik, sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman dari kegiatan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng. Keempat aspek ini penting untuk dianalisis guna mendapatkan gambaran kondisi serta permasalahan dalam agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng. Maka dari itu perlu adanya berupa dukungan berupa kebijakan mulai dari perencanaan hingga implementasi, baik itu dari ketersediaan sumberdaya alam pertanian, sumberdaya modal yang dapat mendukung pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng .

Roadmap pengembangan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng merupakan langkah-langkah strategis dan operasional dimulai dari budidaya, pengolahan sampai dengan pemasaran nanas madu organik yang dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan untuk mencapai sasaran pembangunan ekonomi yang dibutuhkan. Prioritas strategi pengembangan agribisnis nanas madu organik menjadi acuan bersama bagi pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan agribisnis nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng. Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Kerangka Pikir roadmap pengembangan nanas madu organik di Kabupaten Bantaeng