

STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOMODITAS BAWANG MERAH DI DESA SILALAH I, KECAMATAN SILAHISABUNGAN, KABUPATEN DAIRI

Oleh:

Kastro Sijabat ¹⁾

Meidy Rahayu ²⁾

Wilmar Sijabat ³⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2,3)}

E-mail:

sijabatkas@gmail.com ¹⁾

meidy53rahayu@gmail.com ²⁾

wilmarsaragih23@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

This research aims to: (1) identify internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in the development strategy of shallot agribusiness in the research area, (2) formulate alternative strategies prioritizing the development of shallot agribusiness in the research area and to know the income level of shallot farmers in the research area. The method of determining the research area is done in a "purposive" namely in Silalahi Village I, Silahisabungan Sub-District, Dairi Regency. The basis of the selection of this research area is based on the potential of the region as the center of shallot production. The number of samples in this study was 30 respondents. Data analysis methods use SWOT analysis and descriptively. The results showed the strength factor of the development of shallot agribusiness in the research area 15.40% due to the production of shallots, 18.50 % due to the physical condition and quality of shallots, 14.50 % due to the area of land, 18.50 % due to the experience of farmers in onion farming. The weakness factor of the development of shallot agribusiness in the research area is 6.10 % due to the farmer's mastery of cultivation techniques, 7.70 % due to the farmer's capital, 9.20 % due to the availability of labor and 9.20 % due to the amount of input usage. The opportunity for the development of shallot agribusiness is 13.0% due to gapoktan support, 13.0 % due to government support, 15.20 % due to demand for shallots and 13.0% due to the high selling price of shallots. The threat to the development of shallot agribusiness is 10.90 % due to agro-industrial infrastructure and supporting facilities, 13.0% due to co-workers (agricultural extension), 13.0% due to bargaining position and 8.7% due to lack of production facilities providers.

Keywords : Agribusiness, Onion and SWOT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam strategi pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian, (2) memformulasikan strategi alternatif prioritas pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian dan untuk mengetahui tingkat pendapatan petani bawang merah di daerah penelitian. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara "purposive" yaitu di Desa Silalahi I, Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi. Dasar pemilihan daerah penelitian ini adalah berdasarkan potensi wilayah sebagai sentra produksi bawang merah. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan secara deskriptif. Hasil penelitian

menunjukkan faktor kekuatan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian 15,40% karena produksi bawang merah, 18,50 % karena kondisi fisik dan mutu bawang merah, 14,50 % karena luas lahan, 18,50 % karena pengalaman petani dalam usahatani bawang merah. Faktor kelemahan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian 6,10 % karena penguasaan petani terhadap teknik budidaya, 7,70 % karena modal petani, 9,20 % karena ketersediaan tenaga kerja dan 9,20 % karena jumlah penggunaan input. Peluang pengembangan agribisnis bawang merah 13,0 % karena dukungan gapoktan, 13,0 % karena dukungan pemerintah, 15,20 % karena permintaan bawang merah dan 13,0 % karena harga jual bawang merah yang tinggi.

Kata kunci : Agribisnis, Bawang Merah Dan SWOT.

1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sub sektor basis di Provinsi Sumatera Utara. Sub sektor tanaman pangan merupakan subsektor

pendukung utama sektor pertanian setelah sektor perkebunan. Indonesia memiliki tanaman hortikultura yang cukup potensial untuk penyediaan vitamin dan mineral masyarakat. Dengan adanya kebijakan baru di sub sektor hortikultura, maka beberapa komoditi hortikultura dari kelompok sayuran menjadi tanaman unggulan. Komoditi tanaman unggulan tersebut salah satunya adalah tanaman sayuran jenis bawang merah (BPS, 2019).

Bawang merah termasuk komoditas utama dalam prioritas pengembangan sayuran dataran rendah di Indonesia, karena selain sudah ratusan tahun lamanya dibudidayakan, sekaligus merupakan salah satu sumber pendapatan petani maupun ekonomi negara. Meskipun harga pasar sering naik turun terjadi fluktuasi cukup tajam, usahatani bawang merah tetap menjadi andalan petani, terutama dimusim kemarau, dan menghasilkan keuntungan yang memadai. Permintaan bawang merah semakin meningkat.

Untuk meminimalkan fluktuasi harga sayuran termasuk bawang merah dibutuhkan upaya untuk mengembangkan daerah sentra produksi sayuran yang lebih tersebar secara regional. Beberapa sentra pengembangan produksi bawang merah baru, mulai menunjukkan kinerjanya dalam memasok bawang merah di pasar nasional. Salah satu sentra produksi yang menjadi

pengembangan baru dalam agribisnis bawang merah nasional adalah Kabupaten Dairi di Provinsi Sumatera Utara.

Silahisabungan merupakan salah satu kecamatan penghasil bawang merah di Kabupaten Dairi, hal ini terlihat dari produksi yang diperoleh yaitu sebesar 20.215 kwintal, dengan luas panen yang dimiliki sebesar 348 ha serta produktivitas sebesar 58,09 kwintal/ha. Adapun perkembangan luas panen, produksi dan produktivitas tanaman bawang merah di Kecamatan Silahisabungan terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Bawang Merah Menurut Desa di Kecamatan Silahisabungan, Tahun 2018

No	Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (kwintal)	Rata-rata Produksi (kwintal/ha)
1	Silalahi II	75,70	4.320	57,07
2	Silalahi I	65,80	3.805	57,83
3	Paropo	53,73	3.113	57,94
4	Silalahi III	72,91	4.265	58,49
5	Paropo I	79,86	4.712	59,00
	Total	348	20.215	58,07

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), Tahun 2019

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Desa Silalahi I merupakan salah satu daerah penghasil bawang merah di Kecamatan Silahisabungan. Hal ini terlihat dari luas panen pada tahun 2018 yaitu seluas 65,80 ha, dengan produksi sebesar 3.805 kwintal serta produktivitas sebesar 57,83 kwintal/ha.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merasa tertarik untuk meneliti 1. Untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam strategi pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian. 2. Untuk memformulasikan strategi alternatif prioritas pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian. 3. Untuk mengetahui tingkat pendapatan petani bawang merah di Di Desa Silalahi, Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi.

2. METODOLOGI PENELITIAN

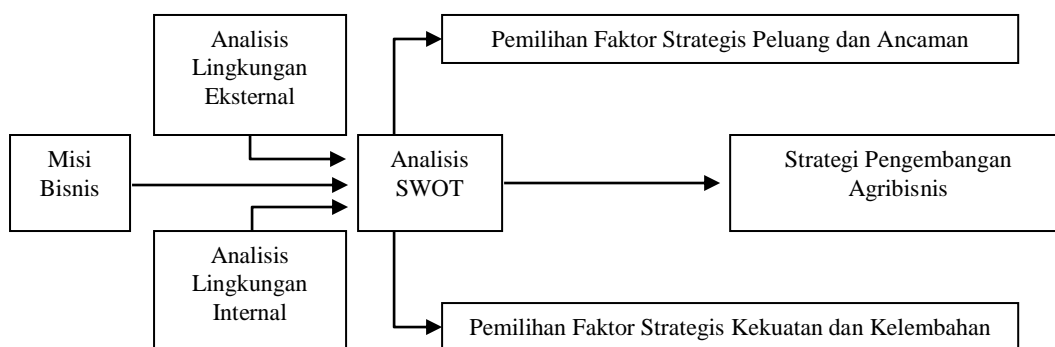
2.1. Lokasi dan Waktu

Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara “*purposive*” yaitu di Desa Silalahi I, Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi. Penelitian dilaksanakan mulai bulan April 2020 sampai dengan September 2020.

2.2. Metode Penentuan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah petani yang mengusahakan tanaman bawang merah di Desa Silalahi I, Kecamatan Silahisabungan sebanyak 94 KK.

2.4. Metode Analisis Data



Gambar 2.1. Alur Analisis Agribisnis

Sumber : Rangkyu, (2011)

Untuk memformulasikan strategi alternatif prioritas pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian dilakukan dengan menggambarkan dengan jelas peluang dan

Untuk menganalisis subsistem-subsistem yang terkait dalam sistem agribisnis bawang merah digunakan analisis deskriptif, yaitu dengan menggambarkan kondisi setiap subsistem agribisnis bawang merah di Desa Silalahi I, Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi.

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor strategis sistem agribisnis bawang merah baik internal (kekuatan, kelemahan) maupun eksternal (peluang, ancaman) dalam kondisi saat ini, dan kemudian berusaha membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman. Lingkungan internal yang dianalisis meliputi kondisi keuangan, sumber daya manusia (petani bawang merah), pemasaran bawang merah, produksi bawang merah, dan kelembagaan (kelompok tani). Lingkungan eksternal yang dianalisis meliputi pedagang bawang merah di pasar Sidikalang, pedagang bawang merah besar (penebas), konsumen akhir, pemerintah (Bappeda, Dispartan, dan Disperindag), penyedia sarana produksi, perbankan (BRI). Untuk memudahkan menganalisis maka dibuat alur analisis SWOT sebagai berikut :

ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi suatu usaha, sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Dalam

matriks SWOT terdapat delapan tahap penentuan strategi, yaitu:

- a) Menuliskan peluang eksternal agribisnis bawang merah.
- b) Menuliskan ancaman eksternal agribisnis bawang merah.
- c) Menuliskan kekuatan internal agribisnis bawang merah.
- d) Menuliskan kelemahan internal agribisnis bawang merah.
- e) Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO.
- f) Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO.
- g) Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST.

- h) Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT.

Matriks SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi. Strategi SO menuntut usaha mampu memanfaatkan peluang melalui kekuatan internalnya. Strategi WO menuntut usaha untuk meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang. Strategi ST merupakan pengoptimalan kekuatan dalam menghindari ancaman, dan strategi WT menitikberatkan pada upaya meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Dari penjelasan tersebut maka dapat dibuat model matriks SWOT seperti pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Model Matriks SWOT

	Strength (S) Tentukan 5 faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Tentukan 5 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Tentukan 5 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi S – O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang agribisnis kentang	Strategi W – O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang agribisnis kentang
Threats (T) Tentukan 5 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi S – T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman agribisnis kentang	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman agribisnis kentang

Sumber : Rangkuti (2014)

Untuk mengetahui tingkat pendapatan petani bawang merah di daerah penelitian dianalisis dengan rumus tersebut di bawah ini dan dihitung biaya usahatani, penerimaan usahatani dan pendapatan usahatani dan membandingkannya dengan anjuran.

1). Biaya Usahatani

Biaya yang diperhitungkan dalam penelitian ini meliputi biaya pembelian saprodi (bibit, pupuk, pestisida), upah tenaga kerja, penyusutan alat-alat, pajak, transportasi, sewa lahan, slametan, dan iuran air yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Biaya usahatani bawang merah adalah jumlah faktor produksi yang dikeluarkan untuk kegiatan usahatani bawang merah dikalikan dengan harga faktor produksi. Rumus menghitung besarnya biaya usahatani adalah :

$$TC = X \cdot Px$$

Keterangan :

TC = Biaya usahatani bawang merah (Rp)
 X = Jumlah faktor produksi yang dikeluarkan untuk kegiatan usahatani bawang merah (kg)

Px = Harga faktor produksi (Rp/Kg)

2). Penerimaan usahatani

Penerimaan usahatani bawang merah merupakan hasil kali antara jumlah produksi yang diperoleh dengan harga jual. Rumus untuk menghitung besarnya penerimaan usahatani adalah :

$$TR = Y \cdot Py$$

Keterangan :

TR = Penerimaan usahatani bawang merah (Rp)

Y = Jumlah produksi bawang merah yang diperoleh (Kg)

Py = Harga jual (Rp/Kg)

3). Pendapatan usahatani

Pendapatan usahatani bawang merah adalah selisih antara penerimaan yang diperoleh dari usahatani bawang merah dengan semua biaya untuk mengusahakan usahatani bawang merah. Rumus untuk menghitung besarnya pendapatan usahatani adalah:

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan usahatani bawang merah (Rp)

TR = Penerimaan usahatani bawang merah (Rp)

TC = Biaya usahatani bawang merah (Rp)

Adapun kriteria pendapatan didasarkan pada upah nilai UMR Kabupaten Dairi yaitu:

- Jika pendapatan usahatani bawang merah lebih kecil UMR Kabupaten Dairi maka pendapatan termasuk kategori rendah.
- Jika pendapatan usahatani bawang merah lebih besar dari UMR Kabupaten Dairi maka pendapatan termasuk kategori tinggi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pengembangan

Agribisnis Bawang Merah di Daerah Penelitian

Analisis faktor internal dan faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor dari dalam dan dari luar yang dapat mempengaruhi pengembangan agribisnis bawang merah. Analisis faktor internal digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal yang tentunya akan berpengaruh pada pengembangan agribisnis bawang merah. Faktor-faktor internal tersebut dapat diidentifikasi sebagai faktor kekuatan dan kelemahan bagi pengembangan agribisnis bawang merah. Kekuatan dan kelemahan ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan melihat faktor-faktor dari luar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kecenderungan-kecenderungan yang berada di luar kontrol. Analisis ini terfokus untuk mendapatkan faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi strategi pengembangan agribisnis bawang merah sehingga memudahkan untuk menentukan strategi-strategi dalam meraih peluang dan menghindari ancaman.

3.1.1. Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor internal strategi pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan yang berasal dari pengembangan agribisnis bawang merah. Hasil identifikasi faktor internal pada pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Hasil Identifikasi Faktor Internal Agribisnis Bawang Merah

Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)			Kelemahan (<i>Weakness</i>)		
	Faktor	Kecil	Besar	Faktor	Besar	Kecil
1	Produksi bawang merah		√	Penguasaan petani terhadap teknik budidaya		√

2	Kondisi fisik dan mutu bawang merah		√	Modal petani		√
3	Luas Lahan		√	Ketersediaan tenaga kerja		√
4	Pengalaman petani dalam usahatani bawang merah		√	Jumlah penggunaan input		√

Sumber : Data Primer, Tahun 2020

Berdasarkan faktor internal dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Adapun faktor internal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

a. Produksi bawang merah

Produksi bawang merah tergolong tinggi di daerah penelitian, sehingga merupakan kekuatan dalam pengembangan agribisnis bawang merah.

b. Kondisi fisik dan mutu bawang merah

Kondisi fisik dan mutu bawang merah yang dihasilkan tergolong sangat baik, dengan umbi yang besar, sehingga memiliki harga jual yang lebih tinggi dengan pangsa pasar yang lebih luas. Hal ini menjadi kekuatan dalam pengembangan agribisnis bawang merah.

c. Luas lahan

Kondisi lahan yang masih banyak kosong di daerah penelitian, sehingga merupakan kekuatan dalam pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian.

d. Pengalaman petani dalam usahatani bawang merah.

Pengalaman petani yang sejak turun temurun mengusahakan tanaman bawang merah merupakan kekuatan dalam pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian, dimana petani sudah mengetahui seluk beluk tentang bawang merah.

2. Kelemahan (*Weakness*)

a. Penguasaan petani terhadap teknik budidaya

Masih rendahnya penguasaan petani terhadap teknik budidaya bawang

merah menjadi kelemahan dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Sebagian besar petani masih menggunakan teknik budidaya secara sederhana dan tidak mau meningkatkan teknologi budidaya usahatani.

b. Modal petani

Modal petani yang kecil mejadi kelemahan dalam pengembangan agribisnis bawang merah, dimana dalam usahatani bawang merah dibutuhkan modal yang cukup besar.

c. Ketersediaan tenaga kerja

Kurang tersedianya tenaga kerja menjadi faktor kelemahan dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Sebagian besar penduduk berusia muda memilih merantau dan meninggalkan daerah penelitian, sehingga akan mengurangi ketersediaan tenaga kerja dalam pengembangan agribisnis bawang merah.

d. Jumlah penggunaan input

Jumlah penggunaan input dalam usahatani bawang merah yang tergolong kecil menjadi faktor penghambat dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Hal ini disebabkan kurang optimalnya produksi yang dihasilkan.

3.1.2. Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi faktor eksternal pengembangan agribisnis bawang merah dari faktor peluang dan ancaman yang berasal dari luar. Hasil identifikasi faktor eksternal pada pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Hasil Identifikasi Faktor Eksternal Agribisnis Bawang Merah

Eksternal	Peluang (<i>Opportunities</i>)			Ancaman (<i>Threats</i>)		
	Faktor	Kecil	Besar	Faktor	Besar	Kecil
1	Dukungan Gapoktan		√	Infrastruktur dan Sarana pendukung Agroindustri		√
2	Dukungan pemerintah		√	Tenaga Pendamping (Penyuluh Pertanian)		√
3	Permintaan bawang merah		√	Posisi tawar		√
4	Harga jual bawang tinggi		√	Kurangnya penyedia saprodi		√

Sumber : Data Primer, Tahun 2020

Berdasarkan faktor eksternal dapat diidentifikasi peluang dan ancaman pengembangan agribisnis bawang merah. Adapun faktor eksternal tersebut sebagai berikut :

1. Peluang (*Opportunities*)

a. Dukungan gapoktan

Petani bawang merah sebagian besar adalah anggota gapoktan, sehingga sangat mendukung dalam pengembangan agribisnis bawang merah.

b. Adanya dukungan pemerintah

Adanya dukungan pemerintah merupakan peluang dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Dukungan pemerintah ini diaplikasikan dalam bentuk pemberian penyuluhan terhadap petani bawang merah, penyediaan bibit berkualitas dan sarana produksi lainnya.

c. Permintaan bawang merah

Permintaan bawang merah yang terus meningkat merupakan peluang dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Produksi bawang domestik yang rendah menjadikan permintaan bawang merah menjadi meningkat. Untuk memenuhinya pemerintah melakukan impor bawang merah.

d. Harga jual bawang merah tinggi

Tingginya harga jual bawang merah menjadi peluang dalam pengembangan agribisnis bawang merah.

2. Ancaman (*Threats*)

a. Infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri

Infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri yang belum memadai menjadi ancaman dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Kondisi jalan yang

sebagian besar rusak menyebabkan semakin besar peluang bawang yang diangkut rusak, yang akan menurunkan harga jual bawang merah.

b. Tenaga pendamping (penyuluh pertanian)

Masih kurangnya tenaga penyuluh pertanian menyebabkan sebagian besar petani tidak dapat mendapatkan informasi yang benar tentang pengelolaan bawang merah yang baik dan benar, sehingga produksi yang dihasilkan juga tidak maksimal.

c. Posisi tawar

Posisi tawar petani bawang merah yang masih rendah menjadi faktor ancaman dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Posisi tawar yang rendah disebabkan oleh adanya produksi bawang merah di daerah lain yang mungkin lebih baik dari segi kualitas dan kuantitas.

d. Kurangnya penyedia sarana produksi

Kurangnya penyedia sarana produksi menjadi ancaman dalam pengembangan agribisnis bawang merah. Sarana produksi yang langka dapat menjadikan produksi menjadi lebih rendah. Hal ini sangat dipengaruhi penyedia sarana produksi di daerah penelitian masih tergolong sedikit, sehingga membuat terjadinya monopoli.

3.2. Strategi Alternatif Prioritas Pengembangan Agribisnis Bawang Merah di Daerah Penelitian

3.2.1. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matrik IFE, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang

terendah 1.0 dan tertinggi 4.0 dengan rata-rata 2.5. total rata-rata tertimbang di bawah 2.5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total

nilai diatas 2.5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Evaluasi faktor matriks internal dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix)

Faktor-Faktor Internal Utama	Relatif Bobot	Peringkat	Rata-rata Tertimbang
KEKUATAN			
1. Produksi bawang merah	0,154	4	0,61
2. Kondisi fisik dan mutu bawang merah	0,185	4	0,74
3. Luas Lahan	0,154	3	0,46
4. Pengalaman petani dalam usahatani bawang merah	0,185	4	0,74
Jumlah	0,677		2,55
KELEMAHAN			
1. Penguasaan petani terhadap teknik budidaya	0,061	1	0,06
2. Modal petani	0,077	2	0,15
3. Ketersediaan tenaga kerja	0,092	2	0,18
4. Jumlah penggunaan input	0,092	2	0,28
Jumlah	0,323		0,68
Jumlah (A + B)	1,000		3,23

Sumber : Data Primer, Tahun 2020

Kekuatan

Dari Tabel 3.3 di atas dapat diketahui bahwa faktor kekuatan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian 15,40% karena produksi bawang merah, 18,50 % karena kondisi fisik dan mutu bawang merah, 14,50 % karena luas lahan, 18,50 % karena pengalaman petani dalam usahatani bawang merah.

Kelemahan

Dari Tabel 5.3 di atas dapat diketahui faktor kelemahan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah

penelitian 6,10 % karena penguasaan petani terhadap teknik budidaya, 7,70 % karena modal petani, 9,20 % karena ketersediaan tenaga kerja dan 9,20 % karena jumlah penggunaan input.

Total rata-rata tertimbang adalah 3,23 dimana lebih besar dari 2,5 yang mengindikasikan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian memiliki posisi internal yang kuat.

3.2.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Evaluasi matriks faktor eksternternal pengembangan agribisnis bawang merah dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4. Matrix External Factor Evaluation (EFE- Matrix)

Faktor-Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Peringkat	Rata-rata Tertimbang
PELUANG			
1. Dukungan Gapoktan	0,130	3	0,39
2. Dukungan pemerintah	0,130	3	0,39
3. Permintaan bawang merah	0,152	4	0,61
4. Harga jual bawang tinggi	0,130	3	0,39
Jumlah	0,543		1,78
ANCAMAN			
1. Infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri	0,109	3	0,33
2. Tenaga Pendamping (Penyuluh Pertanian)	0,130	3	0,39
3. Posisi tawar	0,130	3	0,39
4. Kurangnya penyedia saprodi	0,087	2	0,17

Jumlah	0,457		1,28
Jumlah (A+B)	1,000	33	3,07

Sumber : Data Primer, Tahun 2020

Peluang

Dari Tabel 3.4. di atas dapat diketahui bahwa peluang pengembangan agribisnis bawang merah 13,0 % karena dukungan gapoktan, 13,0 % karena dukungan pemerintah, 15,20 % karena permintaan bawang merah dan 13,0 % karena harga jual bawang merah yang tinggi.

Ancaman

Dari Tabel 3.4 di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi ancaman terhadap pengembangan agribisnis bawang merah yaitu 10,90 % karena infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri, 13,0 % karena tenaga pendamping (penyuluh pertanian), 13,0 % karena posisi tawar dan 8,7 % karena kurangnya penyedia sarana produksi.

Total nilai tertimbang sebanyak 3,37 mengindikasikan bahwa dengan kata lain

agribisnis bawang merah merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam memanfaatkan peluang eksternal dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal. Kedua matriks tersebut di atas (*IFE Matrix* dan *EFE Matrix*) merupakan kondisi relatif yang dihadapi oleh usaha agribisnis bawang merah. Kondisi-kondisi inilah yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha pengembangan agribisnis bawang merah.

Dari perhitungan matriks faktor internal dan ekterternal pengembangan agribisnis bawang merah selanjutnya dibuat matriks SWOT pengembangan agribisnis bawang merah. Matriks SWOT menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan seperti pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5. Matriks SWOT Pengembangan Agribisnis Bawang Merah

IFAS	Kekuatan (S) :	Kelemahan (W) :
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi bawang merah 2. Kondisi fisik dan mutu bawang merah 3. Luas Lahan 4. Pengalaman petani dalam usahatani bawang merah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penguasaan petani terhadap teknik budidaya 2. Modal petani 3. Ketersediaan tenaga kerja 4. Jumlah penggunaan input
Peluang (O) :	S-O	W - O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan Gapoktan 2. Dukungan pemerintah 3. Permintaan bawang merah 4. Harga jual bawang tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produksi bawang merah dengan permintaan yang tinggi dan harga jual yang tinggi (S_{1-3}, O_4). 2. Memanfaatkan luas lahan dengan dukungan gapoktan dan pemerintah (S_{3-1}, O_2). 3. Meningkatkan kondisi fisik dan mutu bawang merah dengan harga jual bawang merah yang tinggi (S_1-O_4). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penguasaan petani terhadap teknik budidaya dengan dukungan gapoktan dan pemerintah ($W_1-O_{1,2}$). 2. Mengatasi modal petani yang kecil dengan dukungan gapoktan dan pemerintah ($W_2-O_{1,2}$). 3. Mengatasi jumlah penggunaan input produksi yang rendah dengan dukungan gapoktan dan pemerintah ($W_4-O_{1,2}$).
Ancaman (T) :	S-T	W - T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri 2. Tenaga Pendamping (Penyuluh Pertanian) 3. Posisi tawar 4. Kurangnya penyedia saprodi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap mempertahankan kondisi fisik dan mutu bawang merah dengan infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri yang kurang mendukung (S_1-T_1). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminimalisir penguasaan petani terhadap budidaya yang rendah karena kurangnya penyedia sarana produksi. (W_1-T_4) 2. Meningkatkan permodalan untuk meningkatkan posisi tawar ($W_2 -$

	<p>2. Memanfaatkan kondisi fisi dan mutu bawang merah dengan posisi tawar yang masih rendah (S_2-T_3).</p> <p>3. Memanfaatkan pengalaman bertani bawang merah untuk mengatasi tenaga pendamping yang kurang ($S_4 - T_2$).</p>	<p>T_3).</p> <p>3. Meningkatkan penggunaan input dengan menambah penyedia sarana produksi ($W_4 - T_4$)</p>
--	--	---

Sumber : Data Primer, Tahun 2020.

1. Strategi *Strength-Opportunities*

Strategi ini menggunakan kelebihan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memanfaatkan dan mendapatkan peluang yang ada sehingga pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian mempunyai keunggulan yang lebih baik dibanding dengan pesaingnya. Adapun strategi tersebut yaitu: (1) meningkatkan produksi bawang merah dengan permintaan yang tinggi dan harga jual yang tinggi, (2) memanfaatkan luas lahan dengan dukungan gapoktan dan pemerintah, (3) meningkatkan kondisi fisik dan mutu bawang merah dengan harga jual bawang merah yang tinggi.

2. Strategi *Weakness-Opportunities*

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan peluang perusahaan. Adapun strategi tersebut yaitu : (1) meningkatkan penguasaan petani terhadap teknik budidaya dengan dukungan gapoktan dan pemerintah, mengatasi modal petani yang kecil dengan dukungan gapoktan dan pemerintah dan (3). mengatasi jumlah penggunaan input produksi yang rendah dengan dukungan gapoktan dan pemerintah

3. Strategi *Strength-Threats*

Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari dampak dari ancaman dengan menggunakan kekuatan yang ada. Adapun strategi tersebut yaitu: (1) tetap mempertahankan kondisi fisik dan mutu bawang merah dengan infrastruktur dan sarana pendukung agrobisnis yang kurang mendukung, (2) memanfaatkan kondisi fisi dan mutu bawang merah dengan posisi tawar yang masih rendah dan (3) memanfaatkan

pengalaman bertani bawang merah untuk mengatasi tenaga pendamping yang kurang.

4. Strategi *Weakness-Threats*

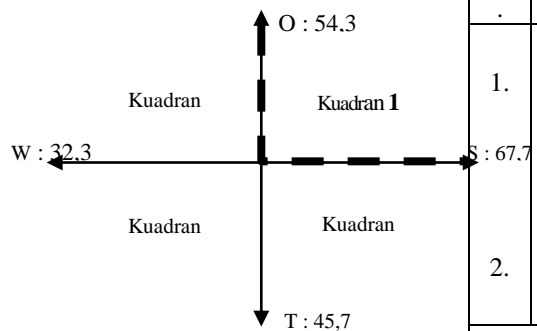
Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari dampak dari ancaman dengan meminimalisir ancaman yang ada. Adapun strategi tersebut yaitu: (1) meminimalisir penguasaan petani terhadap budidaya yang rendah karena kurangnya penyedia sarana produksi, (2) meningkatkan permodalan untuk meningkatkan posisi tawar dan (3) meningkatkan penggunaan input dengan menambah penyedia sarana produksi.

Berdasarkan Tabel 3.3 menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan agribisnis bawang merah diperoleh dari hasil pengurangan faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu $2,55 - 0,68 = 1,87$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,87.

Berdasarkan Tabel 3.4, dari hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan agribisnis bawang merah diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu $1,78 - 1,28 = 0,50$ yang dijadikan sebagai sumbu vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 0,50.

Berdasarkan hasil perhitungan diagram analisis SWOT, menunjukkan bahwa posisi usaha agribisnis bawang merah berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang. Pada posisi ini juga usaha agribisnis bawang merah berada pada

situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Untuk selengkapnya dapat dilihat pada diagram analisis SWOT berikut :



Gambar Diagram SWOT Usaha Agribisnis Bawang Merah

Dari Gambar di atas dapat diketahui bahwa usaha agribisnis bawang merah berada pada kuadran I maka penerapan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha/industri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan agribisnis bawang merah untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 3.5 di atas. Strategi S-O yang telah dirumuskan yaitu: (1) meningkatkan produksi bawang merah dengan permintaan yang tinggi dan harga jual yang tinggi, (2) memanfaatkan luas lahan dengan dukungan gapoktan dan pemerintah, (3) meningkatkan kondisi fisik dan mutu bawang merah dengan harga jual bawang merah yang tinggi.

3.3. Tingkat Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Daerah Penelitian

Biaya total produksi dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk usahatani selama satu tahun mulai dari biaya pupuk, biaya tenaga kerja luar keluarga, biaya

penyusutan alat dan pajak/PBB yang keseluruhannya dihitung dalam rupiah. Biaya total tersebut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6. Biaya Total Usahatani Bawang Merah di Daerah Penelitian, Tahun 2020

No	Uraian	Per Petani	Per Hektar
1.	Biaya Variabel	3.433.333,33	14.305.555,56
	- Bibit (Rp)	1.629.600,00	6.790.000,00
	- Pupuk (Rp)	144.233,33	600.972,22
	- Pestisida (Rp)	4.624.666,67	19.269.444,44
	- Tenaga Kerja (Rp)		
2.	Biaya Tetap	186.636,11	777.650,47
	- Penyusutan Alat (Rp)	36.200,00	150.833,33
	- Pajak PBB (Rp)		
	Total	10.054.669,45	41.894.456,02

Sumber : Diolah Primer, Tahun 2020

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa biaya produksi total pada usahatani bawang merah di daerah penelitian adalah sebesar Rp. 10.054.669,45/ha/petani atau Rp. . 41.894.456,02/hektar.

Tingkat produksi dan produktivitas bawang merah di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7. Produksi dan Produktivitas Usahatani Bawang Merah di Daerah Penelitian, Tahun 2020

No.	Uraian	Jumlah
1.	Luas lahan	0,24
2.	(ha)	1.407,17
3.	Produksi (kg)	5.830,20
	Produktivitas (kg/ha)	

Sumber : Diolah P, Tahun 2020

Produksi rata-rata usahatani bawang merah adalah sebesar 1.407,17 kg/petani atau 5.830,20 kg/ha. Hal ini menunjukkan bahwa produksi bawang merah di daerah penelitian sudah tergolong tinggi. Menurut BPS (2019) rata-rata produktivitas bawang merah di Kabupaten Dairi adalah 5,83 ton per hektar.

Besarnya penerimaan dan pendapatan bersih rata-rata per hektar

usahatani bawang merah di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8. Penerimaan dan Pendapatan Bersih Rata-rata Usahatani Bawang Merah di Daerah Penelitian, Tahun 2020

No	Uraian	Per Petani	Per Hektar
1.	Produksi (kg)	1.407,17	5.830,80
2.	Harga (Rp/kg)	15.000,00	15.000,00
3.	Penerimaan (Rp)	21.107.500,00	87.947.916,67
4.	Biaya Produksi (Rp)	18.118.307,89	41.894.456,02
5.	Pendapatan Bersih (Rp)	11.052.830,55	46.053.460,64

Sumber : Diolah dari Lampiran 17, Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa besar penerimaan petani dari usahatani bawang merah adalah Rp. 21.107.500,00/petani atau Rp. 87.947.916,67/hektar. Besarnya penerimaan petani tergantung pada harga bawang merah yang dijual oleh petani, dimana rata-rata harga jual petani adalah Rp. 15.000,00/kg. Pendapatan bersih petani diperoleh setelah dikurangi biaya total. Besarnya pendapatan bersih petani di daerah penelitian adalah Rp. 11.052.830,55/petani atau Rp. 46.053.460,64/hektar.

4. SIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor kekuatan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian 15,40% karena produksi bawang merah, 18,50 % karena kondisi fisik dan mutu bawang merah, 14,50 % karena luas lahan, 18,50 % karena pengalaman petani dalam usahatani bawang merah. Faktor kelemahan pengembangan agribisnis bawang merah di daerah penelitian 6,10 % karena penguasaan petani terhadap teknik budidaya, 7,70 % karena modal petani, 9,20 % karena ketersediaan tenaga kerja dan 9,20 % karena jumlah penggunaan input. Peluang

pengembangan agribisnis bawang merah 13,0 % karena dukungan gapoktan, 13,0 % karena dukungan pemerintah, 15,20 % karena permintaan bawang merah dan 13,0 % karena harga jual bawang merah yang tinggi. Ancaman terhadap pengembangan agribisnis bawang merah yaitu 10,90 % karena infrastruktur dan sarana pendukung agroindustri, 13,0 % karena tenaga pendamping (penyuluh pertanian), 13,0 % karena posisi tawar dan 8,7 % karena kurangnya penyedia sarana produksi.

2. Usaha agribisnis bawang merah berada pada kuadran I maka penerapan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha/industri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan agaribisnis bawangmerah untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 5.15 di atas. Strategi S-O yang telah dirumuskan yaitu: (1) meningkatkan produksi bawang merah dengan permintaan yang tinggi dan harga jual yang tinggi, (2) memanfaatkan luas lahan dengan dukungan gapoktan dan pemerintah, (3) meningaktkan kondisi fisik dan mutu bawang merah dengan harga jual bawang merah yang tinggi.
3. Besarnya pendapatan bersih petani di daerah penelitian adalah Rp. 11.052.830,55/petani atau Rp. 46.053.460,64/hektar

4.2 Saran

1. Kepada petani, agar meningkatkan produksi bawang merah dengan meningkatnya permintaan bawang merah.
2. Kepada pemerintah, agar meningkatkan dukungan dalam pengembangan agribisnis bawang merah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. 2013. *Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia*. Kompas Media Nusantara. Jakarta.
- Asmara R dan Ardhiani R. 2010. Integrasi Pasar dalam Sistem Pemasaran Bawang Merah. *Agrise* 10 (3): 164 – 176.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Kementerian Pertanian, 2015. *Inovasi Hortikultura Peningkatan Pendapatan Rakyat*. Jakarta.
- BPS, 2019. *Sumatera Utara dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, Medan.
- Daniel, M., 2012. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- David, Fred R. 2014. *Manajemen Strategis; Konsep-konsep*. PT. Intan Sejati. Klaten.
- Dewi, N. 2012. *Untung Segunung Bertanam Aneka Bawang*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2016. *Produksi Bawang Merah Menurut Provinsi Tahun 2011- 2015*. Badan Pusat Statistik Jakarta.
- Fatori, H. 2015. Daya Saing Bawang Merah di Wilayah Sentra Produksi di Indonesia. Tesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hafisah, J. 2000. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Hermawan. 2008. Membangun Sistem Agribisnis. Diunduh dari <http://mencholeo.wordpress.com/2008/01/05/membangun-sistemagribisnis/> Diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.
- Krisnamurti, Bayu dan A. Azis. 2011. *Agribisnis*. Yayasan Pengembangan Sinar Tani. Jakarta.
- Maemonah, S. 2015. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Mangkuprawira, T. B. Sjafri. 2004. *Manajemen SDM Strategik*. PT. Ghalia. Indonesia. Jakarta.
- Rahmawati, F., J. Bake dan N. E. Purwati. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Wong Solo di Kendari. *Jurnal Administras Bisnis* Vol. 3 (2) : 204-217.
- Rangkuti, F. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekartawi, 2010. *Ilmu Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Soetrisno, Suwandari Anik, dan Rijanto. 2010. *Pengantar Ilmu Pertanian (Agraris, Agrobisnis, dan Agroindustri)*. Bayumedia. Malang.
- Stoner, J. A. F., R. E. Freeman dan D. R. Gilbert. 2014, *Manajemen*. Terjemahan. Jilid 1 PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Tinaprilla, N. 2008. Analisis Daya Saing dan Kebijakan Pemerintah pada Usahatani Cabe Merah (kasus Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung dan Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat). *J. Agribisnis dan Ekonomi Pertanian* 2(2): 39-64.
- Tjiptono. F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.
- Toguria. 2013. *Startegi Pengembangan Agribisnis Komoditas Bawang Merah (Allium Ascalonicum L.) (Kasus: Kecamatan Muara Kabupaten Tapanuli Utara)*. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.

- Umar, H., 2004, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Perusahaan*, Edisi 4, Jakarta: PT SUN.
- Winarso B. 2003. Dinamika Perkembangan Harga: Hubungannya dengan Tingkat Keterpaduan Antarpasar dalam Menciptakan Efisiensi Pemasaran Komoditas Bawang Merah. *J Ilm Kesatuan*.4(1):7-16.