



PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAGISTER AGRIBISNIS

13
Oktober 2021

"Inovasi Pertanian untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani di Era Digital"



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmad dan hidayah-Nya sehingga Prosiding Seminar Nasional Magister Agribisnis dengan tema “Inovasi Pertanian untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani di Era Digital” yang diselenggarakan oleh Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian, UPN “Veteran” Jawa Timur berkolaborasi dengan Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI) dan Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI) di Surabaya pada 13 Oktober 2021 dapat kami selesaikan.

Pada seminar dipresentasikan hasil penelitian, review, dan hasil pengabdian yang dilakukan oleh peneliti yang berasal dari berbagai instansi yang beragam. Hasil seminar tersebut kemudian didokumentasikan dalam prosiding ini.

Seminar dapat terlaksana dengan sukses atas bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kami sampaikan kepada penulis dan pembahas yang telah menyumbangkan pemikirannya dalam acara seminar nasional ini. Juga kami sampaikan terima kasih kepada para mitra bestari yang telah mereview semua makalah sehingga kualitas isi dari makalah dapat terjaga dan dipertanggungjawabkan. Tak lupa kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan bagi terselenggaranya seminar nasional ini dan atas tersusunnya prosiding ini.

Akhir kata semoga prosiding ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya dalam rangka pengembangan masyarakat.

Surabaya, 17 Oktober 2021

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Page ii
DAFTAR ISI	Page iii
(Artikel 1)	Page 1
<i>Analisis Strategi Pengembangan Daya Saing Sapi Lokal Sulawesi Utara</i>	
(Artikel 2)	Page 16
<i>Menjaga Ketahanan Pangan Dengan Berinovasi Di Era Digital Agar Menjadi Penggerak Ekonomi Nasional Menuju Indonesia Emas 2045</i>	
(Artikel 4)	Page 23
<i>Penerapan Analisis Fishbone Dalam Kebijakan Garam Rakyat Di Kabupaten Cirebon (Studi Kasus: Swasembada Garam Rakyat)</i>	
(Artikel 5)	Page 33
<i>Kesiapan Petani Terhadap Penggunaan E-Wallet Berupa Kartu Tani Di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep</i>	
(Artikel 6)	Page 45
<i>Sikap Kepercayaan Konsumen Terhadap Kopi Arabika Blue Ijen Olahan Merek “Dako Julie“ Di Kabupaten Bondowoso Jawa Timur</i>	
(Artikel 7)	Page 58
<i>Strategi Pemasaran Mangga Alpukat (Klonal 21) Di Kabupaten Pasuruan</i>	
(Artikel 8)	Page 71
<i>Evolusi Destinasi Ekowisata Berkelanjutan “Sungkai Green Park” Di Masa Pandemi Covid 19 : Kaji Tindak Pemberdayaan (Kasus: Kelurahan Lambung Bukit, Kecamatan Pauh, Kota Padang)</i>	
(Artikel 9)	Page 84
<i>Pengaruh Disiplin, Pengawasan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Di Perum Bulog Kanwil Jawa Timur</i>	
(Artikel 10)	Page 97
<i>Mencermati Konsumsi Susu Dan Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi</i>	

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA SAING SAPI LOKAL SULAWESI UTARA

Jolanda. K.J. Kalangi, Jolyanis Lainawa, Anneke K. Rintjap
Fakultas Peternakan, Universitas Sam Ratulangi

Email: jolandakalangi@unsrat.ac.id

ABSTRAK

Sapi lokal (Peranakan Ongole) di Sulawesi Utara masih dipelihara secara tradisional sehingga daya saing produksi rendah. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan pemanfaatan faktor produksi dalam hal meningkatkan daya saing komoditi ternak dan daging, melakukan studi kelayakan pengembangan usaha serta merumuskan strategi pengembangan daya saing. Jenis penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif dengan model studi kasus. 160 Responden dipilih dengan sengaja (purposive sampling). Metode analisis uji kelayakan kriteria investasi serta perumusan strategi yang di bagi dalam tahap masukan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal, tahap pencocokan yang menggunakan dua metode yaitu matriks SWOT dan matriks IE serta tahap keputusan, yaitu menggunakan matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM). Hasil penelitian menyatakan sumber daya faktor produksi yang ada mendukung pengembangan daya saing produksi sapi lokal dan memenuhi syarat kriteria pengembangan investasi serta memiliki potensi daya saing.

Kata Kunci: Daya Saing, Sapi Lokal, Kelayakan, Formulasi Strategi.

PENDAHULUAN

Komoditi ternak dan daging sapi lokal Sulawesi Utara, kalah bersaing dengan sapi impor, baik dari segi kualitas daging yang dihasilkan maupun harga. Kondisi ini dinyatakan Lainawa et al. (2020) menjadi faktor terjadinya kesenjangan antara kebutuhan konsumsi dan ketersediaan daging sapi di Sulawesi Utara. Data yang mendukung adalah bahwa sejak tahun 2012 terjadi penurunan produksi dengan rata-rata 13.33 persen per tahun. Sedangkan kebutuhan konsumsi meningkat rata-rata 3,38 persen.

Kondisi ini disebabkan oleh sistem pemeliharaan sapi lokal masih mengandalkan cara tradisional dengan sistem penggembalaan sehingga menghasilkan produksi yang kalah bersaing dengan daging sapi impor, baik segi mutu maupun harga. Padahal dari aspek dukungan faktor produksi cukup memadai untuk menjadikan sapi lokal berdaya saing. Hasil penelitian Lainawa et al. (2020) menyatakan strategi pengembangan agribisnis sapi potong di Sulawesi Utara berada pada posisi sedang tumbuh dan membangun (*grow and build*). Hal ini menegaskan bahwa usaha ternak

sapi potong lokal di Sulawesi Utara memiliki daya tarik industri dengan konsep strategi pengembangan produk, pengembangan pasar dan penetrasi pasar.

Untuk dapat mewujudkan konsep strategi dimaksud, maka pengembangan usaha harus diarahkan pada strategi pengembangan daya saing baik produksi maupun pemasaran. Oleh sebab itu bagaimanakah cara agar ternak sapi potong lokal di Sulawesi Utara memiliki kemampuan daya saing. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan keadaan faktor-faktor produksi yang dimiliki Sulawesi Utara untuk menunjang pengembangan daya saing sapi lokal, bagaimanakah kelayakan kriteria investasi (RCR, NPV, IRR, PP) serta bagaimanakah formulasi strategi (EFE, IFE, IE, SWOT, QSPM) pengembangannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Sulawesi Utara, pada Bulan April 2021. Jenis penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif dengan model studi kasus, dimana peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal aktual yang sedang berlangsung dan hasil penelitian terdahulu yang terkait, dengan rentang waktu tidak lebih dari 2 tahun.

Data primer dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari pihak yang dianggap mengerti tentang permasalahan usaha peternakan Sapi Potong di Sulawesi Utara yang terdiri dari akademisi dari Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi, ASN Dinas Pertanian dan Peternakan Provinsi Sulawesi Utara, dan petani responden. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dan diperoleh dari artikel atau literatur yang relevan, internet dan media massa serta Badan Pusat Statistik.

Variabel yang diukur adalah sumber daya faktor-faktor produksi, aspek finansial dan non-finansial serta faktor Lingkungan eksternal dan internal. Analisis data menggunakan pendekatan “empat tahap kualitatif” yaitu data *collection*, data *reduction*, data *display* dan *conclusion drawing*. Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Moleong (2017), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menyintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang akan diceritakan kepada orang lain.

Analisis studi kelayakan kriteria investasi yaitu *Revenue Cost Ratio* (RCR), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP). Untuk menentukan kriteria kelayakan menurut Nurmalina et al. (2010) ada dua yang diperhatikan yaitu aspek finansial dan aspek non finansial.

Analisis tiga tahap formulasi strategi yaitu matriks EFE dan IFE, matriks *Internal-External* (IE), matriks SWOT serta analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Menurut David dan David (2016), dalam merumuskan strategi yang lengkap terdapat tiga tahap formulasi strategi (kerangka kerja), yaitu tahap I adalah masukan, tahap II adalah mencocokkan, dan tahap III adalah keputusan. Kinnear (1991) dalam Mappigau dan Esso (2011), bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel. Hunger dan Wheelen (2012), *Strategy formulation* (perumusan strategi) adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk pengelolaan peluang dan ancaman lingkungan yang efektif, mengingat kekuatan dan kelemahan. Taufiqurokhman (2016) manajemen strategis sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Usaha Ternak Sapi Potong Lokal

Pemeliharaan sapi oleh peternak di Sulawesi Utara umumnya masih bersifat usaha sampingan dari usaha pokoknya dibidang pertanian tanaman pangan dan hortikultura serta perkebunan. Ada tiga model pemeliharaan sapi yang dilakukan peternak, yaitu (1) pemeliharaan secara “intensif”, dimana ternak sapi dikandangkan sepanjang dengan sistem pemberian pakan yang teratur jumlahnya 10-20 persen, (2) pemeliharaan secara “semi intensif”, dimana ternak digembalakan pada siang hari pada areal perkebunan atau pertanian sekitar kemudian dikandangkan/diitiratkan pada sore dan malam hari, jumlahnya sekitar 20-50 persen, (3) pemeliharaan secara “ekstensif” yaitu sistem pemeliharaan dengan cara ternak dilepas/digembalakan sepanjang hari mencari makan sendiri secara bergiliran dari lahan pertanian dan perkebunan yang satu ke tempat yang lain (dikenal dengan istilah pindah sapi), kemudian pada sore dan malam hari diikat

pada pohon-pohon lahan penggembalaan atau di sekitar rumah tinggal, jumlahnya di atas 50 persen.

Tabel 1. Populasi Ternak Sapi Potong Menurut Kabupaten/Kota (ekor) Tahun 2018 dan 2019

No	Kabupaten/Kota	2018	2019	Jumlah Kenaikan
1	Bolaang Mongondow	24.646	25.139	493
2	Minahasa	25.400	25.908	508
3	Kepulauan Sangihe	2.029	2.037	8
4	Kepulauan Talaud	1.677	1.706	29
5	Minahasa Selatan	18.587	18.450	-137
6	Minahasa Utara	17.636	18.351	715
7	Bolaang Mongondow Utara	18.221	18.585	364
8	Kepulauan Sitaro	25	26	1
9	Minahasa Tenggara	5.089	5.089	0
10	Bolaang Mongondow Selatan	5.763	5.936	173
11	Bolaang Mongondow Timur	5.354	5.390	36
12	Kota Manado	3.318	3.325	7
13	Kota Bitung	2.943	3.061	118
14	Kota Tomohon	3.965	4.163	198
15	Kota Kotamobagu	2.032	2.080	48
Sulawesi Utara		136.685	139.246	2.561

Sumber: BPS Sulut, 2020.

Rumpun sapi yang dipelihara peternak pada umumnya sapi lokal PO, Bali dan keturunannya (Bacam). Selanjutnya peternak juga ada yang memelihara sapi impor yaitu sapi Limousin dan Simmental. Sapi PO dan Bacam sebarannya hampir pada seluruh wilayah di Provinsi Sulawesi Utara, sedangkan Sapi Bali, lebih banyak pada wilayah Kabupaten Bolmong khususnya pada daerah transmigrasi Dumoga. Sedangkan wilayah lain kabupaten sekitarnya juga terdapat sapi Bali dengan jumlah yang sangat terbatas, karena kehadirannya hanya dijadikan sebagai bibit untuk dikawinkan dengan sapi PO. Perkembangan produksi daging sapi di Sulawesi Utara rata-rata -13,33 persen per tahun. Sedangkan secara nasional rata-rata 0,72 persen per tahun.

Tabel 2. Perkembangan Produksi Daging Sapi Sulawesi Utara dan Nasional

Tahun	Sulawesi Utara			Nasional		
	Jumlah Produksi (ton)	Persentase dari total produksi (%)	Pertumbuhan Per tahun (%)	Jumlah Produksi (ton)	Persentase dari total produksi (%)	Pertumbuhan Per tahun (%)
2012	4.501	18,642	-	508.906	16,59	-
2013	4.565	18,907	1,40	504.818	16,45	-0,81
2014	4.587	18,998	0,48	497.670	16,22	-1,44
2015	3.611	14,955	-21,28	506.661	16,51	1,77
2016	3.431	14,210	-74,50	518.484	16,90	2,28
2017	3.450	14,289	0,62	531.757	17,33	2,50
Total	24.145	100,000	-93,28	3.068.296	100,00	4,30
Rata-Rata	3.450		-13,33	438.328		0,72

Sumber: Buku Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2018 dalam Lainawa, 2020.

B. Analisis Sumber Daya Faktor - Faktor Produksi.

Luas wilayah Provinsi Sulawesi Utara adalah 15.069 km², dengan keadaan iklim tropis yang dipengaruhi oleh angin muson. Daerah yang paling banyak menerima curah hujan adalah daerah Minahasa, dengan Suhu udara rata-rata 25°C. Luas lahan pertanian Provinsi Sulawesi Utara pada tahun 2015 sebesar 1,5 juta hektar. Luas lahan tersebut 72% di antaranya merupakan lahan pertanian bukan sawah. Lahan pertanian bukan sawah banyak digunakan sebagai lahan perkebunan, tegal dan ladang.

Sumber permodalan pengembangan usaha ternak sapi potong di Sulawesi Utara dapat diperoleh dari sumber yang dibagi dalam dua kelompok: (1) Sumber dari pembiayaan formal yaitu berasal dari Bank atau Lembaga Keuangan lainnya, (2) Sumber dari pembiayaan non formal yang diperoleh petani melalui perkumpulan keluarga (rukun keluarga), mapalus, atau dana milik petani yang diperoleh dari hasil usaha pertanian. Salah satu bentuk permodalan usaha ternak sapi yang dirasa membantu peternak adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pemerintah telah memfasilitasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan bunga 6%. KUR Khusus Peternakan Rakyat merupakan perluasan jenis KUR yang dimaksudkan untuk menggerakkan sektor ekonomi tradisional di pedesaan yang dikelola oleh rakyat dan kredit ini bisa digunakan, baik untuk penggemukan, perah,

maupun pembiakan ternak. Delapan bank Penyalur KUR adalah Bank BRI, Bank Mandiri, BNI, BTPN, BCA, BTN, Bank Bukopin dan Bank Sinarmas.

C. Analisis Finansial dan Non Finansial

Hasil perhitungan B/C ratio adalah 1,33, Hasil ini mengandung pengertian bahwa setiap pengorbanan 1 unit biaya maka akan diikuti dengan penambahan keuntungan sebesar 1,33 unit, sehingga dinyatakan peternakan sapi potong lokal di Sulawesi Utara layak untuk dikembangkan. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa usaha pemeliharaan ternak sapi potong lokal sebanyak 10 ekor di Sulawesi Utara memperoleh NPV dengan DF 30% sebesar Rp 1.130.276. Ini berarti bahwa usaha ternak sapi potong lokal tersebut layak untuk dikembangkan karena memiliki nilai positif.

Hasil penelitian Mayulu et al. (2020) menunjukkan nilai IRR yang diperoleh pada usaha sapi potong peternakan rakyat adalah sebesar 71%, yang diartikannya bahwa usaha sapi potong peternakan rakyat layak dijalankan sampai tingkat suku bunga tertinggi 15,65%, karena berada pada $IRR > 0$. Tingkat pengembalian investasinya lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku.

Nilai *Payback Period* (PP) usaha ternak sapi potong di Sulawesi Utara adalah selama 2,97 tahun atau 2 tahun 11 bulan 20 hari. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh biaya investasi yang ditanamkan dalam rencana pengembangan usaha akan dikembalikan pada tahun kedua, bulan kesebelas, hari kedua puluh. Hal ini menunjukkan waktu yang kurang dari 10 tahun, sehingga layak untuk dijalankan.

Aspek Pasar; Komoditas ternak dan daging sapi potong lokal Sulawesi Utara merupakan sebuah produk yang memiliki prospek pemasaran yang cukup baik karena sampai saat ini tingkat kesukaan responden terhadap komoditas ini berdasarkan hasil penelitian tergolong baik.

Aspek Teknis; Lahan dan lokasi peternakan sapi potong lokal di Sulawesi Utara telah memenuhi syarat teknis. Para responden menyatakan dari pengalaman bertahun-tahun memelihara ternak sapi lokal secara turun temurun, mereka tidak pernah mengalami masalah yang berarti dalam hal penggunaan lahan lokasi peternakan, meskipun sistem pemeliharaan yang dilakukan adalah dengan cara digembalakan pada lahan-lahan pertanian dan perkebunan.

Kegiatan reproduksi masih mengandalkan perkawinan buatan, selain program inseminasi buatan yang dilakukan pemerintah, sedangkan untuk penyediaan pakan, di lahan pertanian Sulawesi Utara banyak tersedia hijauan makanan ternak, baik yang tumbuh secara alamiah, maupun yang ditanam langsung oleh petani. Selain itu banyak juga terdapat sisa-sisa produk pertanian yang sering dijadikan mereka sebagai pakan ternak.

Aspek Sosial Ekonomi; Keberadaan usaha ternak sapi potong lokal di Sulawesi Utara tidak terlepas dari keadaan sosial masyarakat pedesaan yang termasuk menjadikan ternak sapi sebagai tenaga kerja pertanian. Kondisi ini dalam pengalaman bertahun-tahun memelihara ternak sapi lokal berkontribusi bagi pendapatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Selain meningkatkan pendapatan dari sektor pertanian karena dapat menghemat penggunaan tenaga kerja mengolah lahan pertanian dan distribusi hasil pertanian, juga pendapatan dari hasil usaha ternak.

D. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal dan Internal

Hasil identifikasi lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) dan lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan), didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

	Faktor Peluang (<i>Opportunity</i>)	Bobot (%)	Rating	Skor	Prioritas / Rangking
1	Kebijakan pemerintah yang mendukung pelaksanaan usaha peternakan sapi potong	0,100	1,000	0.100	VII
2	Reproduksi kawin alami	0,100	1,000	0.100	VII
3	Berkembangnya pasar swalayan, restoran, hotel, pedagang bakso yang mendukung sistem distribusi produk	0,106	3,000	0.318	I
4	Posisi perdagangan strategis kawasan Pasifik	0,094	2,000	0.188	V
5	Digitalisasi peternakan	0,100	2,000	0.200	IV
6	UU.RI.No.19 tahun 2013 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani	0,100	1,000	0.100	VII
7	Dukungan agroekosistem	0,139	2,000	0.278	II
8	Potensi limbah pertanian, perkebunan, dan agroindustri belum secara optimal dimanfaatkan	0,100	1,000	0.100	VII
9	Potensi SDM petani di pedesaan	0,111	2,000	0.222	III

10	Konsep kemitraan	0,050	3,000	0.150	VI
TOTAL				1,756	
	Faktor Ancaman (<i>Threat</i>)	Bobot (%)	Rating	Skor	Prioritas / Rangking
1	Perubahan iklim yang berpengaruh pada mortalitas tinggi	0,059	2,000	0.118	VII
2	Pengaruh pasar sapi luar negeri (negara eksportir) terhadap pasar sapi lokal	0,080	2,000	0.160	VI
3	Pengurusan bibit sapi lokal (sapi betina produktif) akibat konsumsi tinggi	0,080	2,000	0.160	VI
4	Alih fungsi lahan	0,106	2,000	0.212	IV
5	Penurunan angkatan kerja di sub sektor peternakan	0,096	2,000	0.192	V
6	Modernisasi perubahan sosial petani lambat	0,112	2,000	0.224	III
7	Harga bakalan dan daging sapi impor lebih murah dari pada daging sapi lokal	0,128	2,000	0.256	II
8	Potensi produk perikanan	0,096	2,000	0.192	V
9	Perspektif petani ternak sebagai tenaga kerja pertanian dan sebagai tenaga penarik hasil penebangan hutan	0,138	2,000	0.276	I
10	Mekanisme pemotongan ternak berakibat pada menurunnya kualitas daging sapi lokal	0,106	2,000	0.212	IV
TOTAL				2,002	
Total Skor (Peluang + Ancaman)				3,758	

Berdasarkan hasil analisis evaluasi faktor eksternal (Tabel 3), diketahui bahwa, rangking atau prioritas untuk pengembangan daya saing sapi lokal di Sulawesi Utara yang dijadikan sebagai faktor peluang adalah meliputi; Berkembangnya pasar swalayan, restoran, hotel, pedagang bakso yang mendukung sistem distribusi produk, Dukungan Agroekosistem, Potensi SDM Petani di Pedesaan, Digitalisasi Peternakan, Sulawesi Utara berada pada posisi perdagangan strategis kawasan Pasifik, Konsep Kemitraan, Potensi limbah pertanian, perkebunan, dan agroindustri belum secara optimal dimanfaatkan, Reproduksi Kawin Alami, Adanya UU.RI.No.19 tahun 2013 Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani serta adanya kebijakan pemerintah yang mendukung pelaksanaan usaha peternakan sapi potong.

Selanjutnya untuk faktor ancamannya adalah; Keadaan perspektif petani ternak sebagai tenaga kerja pertanian dan sebagai tenaga penarik hasil penebangan hutan, Harga bakalan dan daging sapi impor lebih murah dari pada daging sapi lokal, Modernisasi perubahan sosial petani lambat, Alih Fungsi Lahan, Potensi Produk Perikanan, Pengurusan bibit sapi lokal (sapi betina produktif) akibat konsumsi tinggi, Pengaruh pasar sapi luar negeri (negara eksportir) terhadap pasar sapi lokal serta Perubahan iklim yang berpengaruh pada mortalitas tinggi.

Tabel 4. Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

	Faktor Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Bobot (%)	Rating	Skor	Rangking
1	Dukungan sosial budaya masyarakat	0,072	3,000	0.216	VIII
2	UU. No 16. Tahun 2006. Sistem	0,072	3,000	0.216	VIII
3	Plasma nutfah sumber bibit sapi potong lokal yang dimiliki cukup banyak dan beragam serta adaptif terhadap kondisi lingkungan	0,089	3,000	0.267	V
4	Potensi keragaman hijauan pakan lokal tinggi sebagai sumber pakan ternak	0,106	3,000	0.318	IV
5	Perkembangan teknologi reproduksi	0,083	3,000	0.249	VI
6	Usaha agroindustri cukup banyak sebagai penghasil limbah sumber pakan	0,078	3,000	0.234	VIII
7	Sebagai karakteristik model usaha peternakan di pedesaan	0,122	3,000	0.366	III
8	Motivasi peternak yang tinggi untuk menjadikan usaha sapi potong sebagai usaha mandiri	0,089	3,000	0.267	V
9	Ketersediaan SDM petani di pedesaan memadai	0,139	3,000	0.417	II
10	Adanya kelembagaan yang memfasilitasi peternak (Kelompok peternak, Koperasi, lembaga adat pastoral	0,150	3,000	0.450	I
Sub Total				3,000	
	Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot (%)	Rating	Skor	Rangking
1	Skala usaha masih kecil	0,089	1,000	0.089	IV
2	Pakan industri masih mahal	0,106	1,000	0.106	I
3	Jalur pasok belum tertata sehingga membebani peternak	0,100	1,000	0.100	II
4	Keterbatasan bibit ternak serta terbatasnya pengusaha atau	0,106	1,000	0.106	I

	kelompok peternak yang bergerak dalam usaha pembibitan				
5	Sistem kelembagaan tani belum berfungsi	0,100	1,000	0.100	II
6	Keterampilan beternak masih terbatas	0,106	1,000	0.106	I
7	Masih mengandalkan modal keluarga	0,106	1,000	0.106	I
8	Harga bahan baku pakan konsentrat fluktuatif dan cenderung meningkat bahkan sulit diperoleh di lapangan	0,094	1,000	0.094	III
9	<i>Biosecurity</i> masih lemah untuk penyakit <i>Brucellosis</i> , <i>Antrax</i> , Penyakit saluran pencernaan dan SE	0,094	1,000	0.094	III
10	Pola usaha masih bertahan dengan cara tradisional (ekstensif)	0,100	1,000	0.100	II
Sub Total				1,001	
Total Skor (Kekuatan + Kelemahan)				4,001	

Berdasarkan hasil analisis evaluasi faktor internal (Tabel 4), diketahui bahwa rangking atau prioritas untuk pengembangan daya saing sapi lokal di Sulawesi Utara yang dijadikan sebagai faktor kekuatan adalah meliputi; Dukungan Sosial Budaya Masyarakat, UU. No 16. Tahun 2006, Sistem Plasma nutfah sumber bibit sapi potong lokal yang dimiliki cukup banyak dan beragam serta adaptif terhadap kondisi lingkungan, Potensi keragaman hijauan pakan lokal tinggi sebagai sumber pakan ternak, Perkembangan teknologi reproduksi, Usaha agroindustri cukup banyak sebagai penghasil limbah sumber pakan, Sebagai karakteristik model usaha peternakan di pedesaan, Motivasi peternak yang tinggi untuk menjadikan usaha sapi potong sebagai usaha mandiri, Ketersediaan SDM petani di pedesaan memadai, Adanya kelembagaan yang memfasilitasi peternak (Kelompok peternak, Koperasi, lembaga adat pastoral).

Sedangkan untuk faktor kelemahan meliputi; Skala usaha masih kecil, Pakan industri masih mahal, Jalur pasok belum tertata sehingga membebani peternak, Keterbatasan bibit ternak serta terbatasnya pengusaha atau kelompok peternak yang bergerak dalam usaha pembibitan, Sistem kelembagaan tani belum berfungsi, Keterampilan beternak masih terbatas, Masih mengandalkan modal keluarga, Harga bahan baku pakan konsentrat fluktuatif dan cenderung meningkat bahkan sulit diperoleh di lapangan, *Biosecurity* masih lemah untuk penyakit *Brucellosis*,

Antrax, Penyakit saluran pencernaan dan SE, Pola usaha masih bertahan dengan cara tradisional (ekstensif).

Berdasarkan analisis EFE-IFE di atas, maka selanjutnya dirumuskan strategi kebijakan alternatif untuk pengembangan daya saing sapi lokal di Sulawesi Utara yang meliputi; (1) Pemetaan dan pengembangan potensi wilayah peternakan berbasis padang penggembalaan, integrasi dan *cut and carry base* (Zona Produksi Hijauan Pakan), (2) Pengembangan industri sapi potong lokal (PO), (3) Pemberdayaan petani dengan menjadikan peternak sebagai tulang punggung pengembangan usaha ternak sapi potong lokal di Sulawesi Utara, (4) Intensifikasi sistem penggembalaan ternak sapi lokal dengan berbasis pada tanaman legum, jagung, padi dan tanaman rempah khas Sulawesi Utara, (5) Penguatan bidang mekanisasi dan digitalisasi peternakan, (6) *Branding* sapi lokal jenis PO, (7) mengembangkan budaya lokal “mapalus” peternakan sapi.

E. Hasil Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE).

Matriks Internal-Eksternal (IE) ini digunakan untuk menentukan posisi strategi pengembangan daya saing sapi potong lokal di Sulawesi Utara.

Tabel 5. Matriks Internal-Eksternal (IE) Usaha Peternakan Sapi Potong Lokal di Sulawesi Utara

Total nilai EFE	Total nilai IFE		
	Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tinggi 3,0-4,0	I (Tumbuh dan Membangun)	II (Tumbuh dan Membangun)	III (Menjaga dan Mempertahankan)
Sedang 2,0-2,99	IV (Tumbuh dan Membangun)	V (Menjaga dan Mempertahankan)	VI (Panen atau Divestasi)
Rendah 1,0-1,99	VII (Menjaga dan Mempertahankan)	VIII (Panen atau Divestasi)	IX (Panen atau Divestasi)

Berdasarkan pada dua dimensi kunci skor bobot IFE total pada sumbu x dan skor bobot EFE total pada sumbu y, maka posisi strategi usaha peternakan sapi potong di Sulawesi Utara masuk dalam sel I, dimana hal ini dapat dijelaskan sebagai tumbuh dan dibangun (*grow and build*). Ini menjelaskan bahwa agribisnis

peternakan sapi potong di Sulawesi Utara memiliki daya tarik industri yang tinggi. Ini artinya pengembangan daya saing sapi potong lokal harus berorientasi pada pengembangan industri peternakan sapi potong dengan pola intensifikasi.

F. Hasil Analisis Matriks SWOT

Hasil analisis SWOT yang dilakukan Lainawa (2020) adalah proses tahapan selanjutnya untuk mendapatkan rumusan alternatif strategi, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">IFE</p> <p style="text-align: center;">EFE</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (Strengths-S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem Kelembagaan 2. Penyuluhan Pertanian 3. Ketersediaan Modal Usaha 4. Kemandirian Petani 5. Potensi Lahan dan Pakan Hijauan 6. Potensi Hasil Pertanian 7. Teknologi Reproduksi 8. Pengalaman dan Keadaan Sosial Petani 9. Perkembangan Teknologi Industri Olahan 10. Potensi Bisnis Kuliner 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (Weaknesses-W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pola Pemeliharaan Ternak Secara Ekstensif 2. Keterbatasan Akses Permodalan 3. Keterbatasan Lahan 4. Sistem Reproduksi Masih Alamiah 5. Usaha Belum Berorientasi <i>Entrepreneurship</i> 6. Tata Kelola Pakan Hijauan Belum Maksimal 7. Manajemen Kelompok Tani Kurang Baik 8. Belum Adanya Pasar Hewan 9. Penerapan Teknologi Budidaya dan IB Belum Efektif. 10. Sulawesi Utara Hanya Memiliki Satu RPH
<p style="text-align: center;">Peluang (Opportunities-O)</p>	<p style="text-align: center;">Strategi SO (agresif/bertumbuh)</p>	<p style="text-align: center;">Strategi WO (diversifikasi)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Komitmen Pemerintah 2. Meningkatnya Minat Investasi 3. Meningkatnya Kebutuhan Produk Sapi Potong 4. Meningkatnya Pembangunan Infrastruktur dan Pelayanan Teknis. 5. Perkembangan Teknologi Informasi (Digitalisasi Pertanian) 6. Potensi SDM Petani 7. Dukungan Kondisi Agroekosistem 8. Dukungan Regulasi Pemerintah Melalui UU.RI.No.16 tahun 2006 Tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan. 9. Dukungan Regulasi Pemerintah Melalui UU.RI.No.19 tahun 2013 Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani 10. Dukungan Regulasi Pemerintah Melalui Peraturan Menteri Pertanian RI. No.13/Permentan/ PK.240/5/2017 11. Tentang Kemitraan Usaha Peternakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menuju proses usaha komersialisasi yaitu terkait dengan bagaimana melakukan produksi skala penuh, menetapkan harga, membangun jaringan distribusi, dan promosi (S3, S4, O2, O3, O4, O5) 2. Menuju proses usaha pola kemitraan para stakeholder (petani, swasta dan pemerintah) dalam suatu corporate farming (S1, S9, S10, O1, O2, O3, O4, O10) 3. Menuju proses penciptaan SDM petani yang handal yang menguasai teknologi dan informasi serta sistem manajemen (S1, S2, S5, S6, S7, O5, O6, O8, O9) 4. Merangsang investor dengan berbagai regulasi yang sifatnya memberi kemudahan dan tidak membebani. (S9, S10, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O10) 5. Melakukan penjualan produk daging segar dalam bentuk kemasan dijamin status ASUH (aman, sehat, utuh dan halal) (S9, S10, O1, O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan dan penguatan kapasitas (kualitas) SDM peternakan dan kesehatan hewan. (W1, W6, W7, O1, O6, O9) 2. Meningkatkan peran perguruan tinggi dalam pengembangan teknologi dan SDM peternak (W5, W6, W7, W9, O1, O5, O8) 3. Berinovasi dengan menciptakan "brand" produk daging sapi yang berdaya saing (belajar dari beef wagyu) (W1, W2, W3, W4, W6, W10, O1, O2, O3) 4. Pola pemeliharaan ternak sapi gabungan antara tradisional dan modern (sistem perkandangan dan penggembalaan) (W1, W2, W3, W4, W5, W9, O1, O7, O10) 5. Membangun pasar ternak dan mengembangkan pasar ternak tradisional (blantik) dengan dukungan regulasi harga dan kesehatan ternak. (W8, W10, O1, O3)

Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi ST (diferensiasi)	Strategi WT (defensif)
1. Produk Berdaya Saing Rendah 2. Persaingan dan liberalisasi 3. Penurunan Angkatan Kerja di Sektor Peternakan 4. Alih Fungsi Lahan 5. Perubahan Iklim Yang Berpengaruh Pada Pengadaan Pakan dan Kesehatan Hewan 6. Ketergantungan Pada Sarana Produksi Impor 7. Belum Tersosialisasi Pola Usaha Intensif Di kalangan Petani . 8. Potensi Produk Perikanan 9. Kemampuan Daya Tawar Petani Rendah 10. Rendahnya Pengawasan Reproduksi Di kalangan Petani , Masih Terjadi Perkawinan Ternak Sapi Potong Sekerabat (<i>Inbreed</i>)	1. Mengatur tata kelola lahan dengan memberikan kesempatan kepada kelompok peternak sapi potong menjadi pengguna HGU khususnya pada sentra-sentra produksi. (S1, S2, T4) 2. Membuat regulasi agar seluruh petani membentuk kelembagaan petani dan koperasi. (S1, S2, S4, T2, T6, T9) 3. Merangsang investor untuk membangun industri pengolahan daging sapi (S9, S10, T3, T6, T8) 4. Membangun usaha peternakan sapi potong dengan mengandalkan modal sendiri (modal diperoleh dari pendapatan usaha tani) (S1, S4, T1, T7) 5. Meningkatkan peran perguruan tinggi lokal dalam hal penelitian dan penyuluhan. (S1, S2, T6, T7, T9, T10)	1. Memperkuat kelembagaan peternak sehingga memiliki daya tawar yang tinggi (W1, W2, W3, W4, W5, W6, T2, T4, T6, T9) 2. Untuk jangka pendek tetap mempertahankan pola usaha tradisional namun mulai diarahkan pada pengembangan usaha komersialisasi (W1, W5, W8, W9, W10, T4, T5, T6, T7, T10) 3. Mengembangkan usaha pembibitan sapi potong dengan membangun "village breeding centre (VBC)" (W4, W9, T1, T10) 4. Melestarikan ternak lokal (tipe PO warna putih) sebagai produk andalan yang berdaya saing. (W1, W4, W5, T1, T3, T6, T7, T10) 5. Meningkatkan pembinaan SDM generasi muda di pedesaan melalui pendidikan formal agribisnis sapi potong (W6, W7, T2, T7, T9)

G. Hasil Analisis Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Selanjutnya perhitungan perencanaan strategi kuantitatif (QSPM) yang dilakukan, didasarkan kepada *input* dari bobot matriks internal - eksternal, serta alternatif strategi pada tahap pencocokan.

Tabel 6. Hasil Analisis Matriks QSPM

Implementasi Strategi	Prioritas
<i>Branding</i> sapi "Peranakan Ongole" warna putih dengan label "Minahasa Beef" dan "Mongondow Beef"	I
Pemberdayaan generasi muda petani sebagai tulang punggung pengembangan sapi potong lokal di Sulawesi Utara	II
Mengembangkan kreativitas bisnis kuliner produk daging sapi lokal	III
Pengembangan teknologi pemanfaatan pakan lokal	IV
Pengembangan diferensiasi produk sapi lokal	V
Fokus pada potensial segmen produksi dan pemasaran	VI
Memberikan ruang pemanfaatan lahan kepada petani untuk pengembangan usaha peternakan sapi potong yang diatur melalui regulasi.	VII
Menerapkan pola usaha kemitraan agribisnis sapi potong yang melibatkan petani, swasta dan pemerintah dalam satu ikatan korporasi.	VIII
Menerapkan sistem digitalisasi	IX
Memantapkan kelembagaan tani serta peran penyuluh pertanian swasta dan swadaya pada inovasi teknologi budidaya dan Teknologi reproduksi-IB.	X

Proses perhitungan diawali dengan menentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores—AS*) yang didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik

relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores—AS*) ditentukan dengan mengevaluasi masing-masing faktor internal atau eksternal kunci. Secara spesifik, Nilai Daya Tarik harus diberikan untuk masing-masing strategi untuk mengindikasikan daya tarik relatif dari satu strategi atas strategi lainnya, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Jangkauan untuk Nilai Daya Tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Selanjutnya dilakukan perhitungan Total Nilai Daya Tarik dengan cara mengalikan antara nilai Bobot faktor kunci yang sudah diperoleh dari perhitungan Matriks IFE dan EFE dengan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores—AS*) dalam masing-masing baris .

Total Nilai Daya Tarik mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing alternatif strategi, dengan hanya mempertimbangkan pengaruh faktor keberhasilan kunci internal atau eksternal yang terdekat. Semakin tinggi Total Nilai Daya Tarik, semakin menarik alternatif strategi tersebut (dengan hanya mempertimbangkan faktor keberhasilan kunci terdekat).

Penjumlahan Total Nilai Daya Tarik (TAS) mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dari setiap set alternatif. Nilai yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang relevan yang dapat memengaruhi keputusan strategis. Tingkat perbedaan antara Penjumlahan Total Nilai Daya Tarik dari set alternatif strategi tertentu mengindikasikan tingkat kesukaan relatif dari satu strategi di atas yang lainnya.

KESIMPULAN

1. Peternakan sapi potong lokal di Sulawesi Utara memiliki potensi pengembangan daya saing produksi dan pasar.
2. Pengembangan daya saing diarahkan agar peternakan sapi lokal Sulawesi Utara unggul dalam industri yaitu dengan strategi keunggulan biaya, diferensiasi produk dan fokus.
3. Prioritas strategi adalah *branding* sapi lokal, pemberdayaan generasi muda petani, kreativitas bisnis kuliner produk daging sapi lokal, pengembangan teknologi pakan lokal, diferensiasi produk sapi lokal, fokus pada potensial

segmen produksi dan pemasaran, pemanfaatan lahan tidur kepada petani yang diatur dengan regulasi, pola usaha kemitraan dan sistem digitalisasi, pemberdayaan kelembagaan tani dan peningkatan peran penyuluh.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. and David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Konsep Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Terjemahan Novita Puspasari, Liza Nurbani Puspitasari. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mayulu, H., Ergi., Haris, M. I. Haris, dan Soepriyadi, A. (2020). Analisis Finansial Usaha Sapi Potong Peternakan Rakyat di Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara. *Journal of Tropical AgriFood*, 2(1), 16-25.
- Hunger, J. D. dan Wheelen, T. L. (2012). *Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability (13th Edition)*. New York: Pearson.
- Jolyanis, L. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Sapi Potong Di Sulawesi Utara. Disertasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mappigau, P. dan A, Sawe Ri Ezzo. 2011. Analisis Strategi Pemasaran Telur pada Peternakan Ayam Ras Skala Besar di Kabupaten Sidrap. *Jurnal Agribisnis*. 10(3).
- Nurmalina, R., Sarianti, T., dan Karyadi, A. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Enterpretatif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. Jakarta.

MENJAGA KETAHANAN PANGAN DENGAN BERINOVASI DI ERA DIGITAL AGAR MENJADI PENGGERAK EKONOMI NASIONAL MENUJU INDONESIA EMAS 2045

Farhan Akmala Putra
Universitas Udayana

Email: farhanakmalaputra@gmail.com

ABSTRAK

Pangan merupakan sesuatu yang berasal dari sumber daya hayati untuk menjadi memenuhi kebutuhan dasar manusia agar dapat melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari. Ketahanan pangan merupakan kondisi terpenuhinya pasokan pangan dari perseorangan sampai dengan negara untuk dapat hidup aktif, sehat dan produktif secara berkelanjutan. Seluruh pihak dari masyarakat awam hingga pemerintah saat ini sedang melakukan berbagai strategi dari sektor hulu hingga hilir dalam menciptakan stabilitas, ketahanan dan menjaga harga pangan tetap stabil. Berbagai bidang tersebut bisa terintegrasi dengan melalui aplikasi sehingga dapat memudahkan petani melakukan aktivitas dari hulu hingga hilir, kegiatan yang dilakukan berbagai pihak diantaranya pemerintah membuat kebijakan undang-undang tentang pertanian, membuat fasilitas infrastruktur penunjang, membuat lembaga penyerapan hasil tani, ketersediaan bibit, pupuk, dan pestisida, pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana penunjang, mengembangkan dan meningkatkan lumbung pangan, melakukan pelatihan pengetahuan skill dan teknologi bagi petani, membentuk dewan ketahanan pangan, memberikan bantuan hibah, memberikan penyuluhan, akademisi melakukan penelitian untuk menciptakan bibit, pupuk dan cara metode penanaman yang unggul berkualitas, pihak bank dan investor membantu petani untuk memberikan bantuan dana agar bidang pertanian bisa berjalan lancar, pihak bank sentral menetapkan kurs yang kompetitif bagi bidang pertanian dan mengeluarkan alat pembayaran serbaguna yang disebut QRIS (Quick Response Code Indonesia Standar).

Kata Kunci : Digital, Ketahanan Pangan, Inovasi, Integrasi

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi yang sangat besar dan melimpah ruah. Subejo (2007) mencatat pembangunan pertanian memiliki arti yang sangat strategis, pembangunan pertanian memiliki arti yang sangat strategis, tidak hanya bagi negara-negara berkembang, bagi negara maju pun pertanian tetap mendapat perhatian dan perlindungan yang sangat serius. Membahas pertanian adalah membahas tentang kelangsungan hidup, pertanian adalah penyedia bahan pangan, bahan sandang dan bahkan bahan papan (Subejo, 2007). Maka dari itu potensi pertanian harus dioptimalkan dengan sebaik-baiknya untuk membuat Indonesia dapat membuat dan menjaga ketahanan pangan. Berdasarkan definisi Badan Ketahanan Pangan (BKP) Kementerian Pertanian Indonesia, ketahanan pangan adalah suatu kondisi terpenuhinya pasokan pangan bagi negara sampai

dengan perseorangan untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan (Gerintya, 2019).

Mewujudkan ketahanan pangan nasional merupakan sebuah cita-cita yang penting di dalam pembangunan dan peningkatan kualitas kehidupan bangsa. Kecukupan pangan dan ketersediaan pangan akan mempengaruhi sebuah produktivitas serta peningkatan kualitas hidup sehingga tercapai suatu sistem keberlanjutan pembangunan di sebuah negara. Untuk dapat mewujudkan dan menjaga ketahanan pangan dapat terjadi apabila seluruh pihak bergotong royong dari masyarakat awam hingga pemerintah saat ini sedang melakukan berbagai strategi dari sektor hulu hingga hilir dalam menciptakan stabilitas, ketahanan dan menjaga harga pangan tetap stabil diantaranya yaitu dengan bersinergi bidang satu dengan yang lainnya agar tercipta konektivitas integrasi. Berbagai bidang tersebut bisa terintegrasi dengan melalui aplikasi sehingga dapat memudahkan petani melakukan aktivitas dari hulu hingga hilir, kegiatan yang dilakukan berbagai pihak diantaranya pemerintah membuat kebijakan undang-undang tentang pertanian, membuat fasilitas infrastruktur penunjang, membuat lembaga penyerapan hasil tani, ketersediaan bibit, pupuk, dan pestisida, pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana penunjang, mengembangkan dan meningkatkan lumbung pangan, melakukan pelatihan pengetahuan, *skill* dan teknologi bagi petani, membentuk dewan ketahanan pangan, memberikan bantuan hibah, memberikan penyuluhan, akademisi melakukan penelitian untuk menciptakan bibit, pupuk dan cara metode penanaman yang unggul berkualitas, pihak bank dan investor membantu petani untuk memberikan bantuan dana agar bidang pertanian bisa berjalan lancar, pihak bank sentral menetapkan kurs yang kompetitif bagi bidang pertanian dan mengeluarkan alat pembayaran serbaguna yang disebut QRIS (Quick Response Code Indonesia Standar).

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan ketahanan pangan, mencari solusi untuk menjaga ketahanan pangan di Indonesia, dan mengetahui cara dapat menjaga dan membantu merealisasikan ketahanan pangan nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada 30 September 2021 sampai 3 Oktober 2021. Fokus penelitian yakni Menjaga Ketahanan Pangan dengan Berinovasi di Era Digital agar Menjadi Penggerak Ekonomi Nasional Menuju Indonesia Emas 2045 dengan memperhatikan kebermanfaatannya bagi masyarakat di Indonesia.

Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu: Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang diperoleh dari berbagai sumber untuk mendukung penelitian ini yaitu jurnal-jurnal, artikel *online*, buku-buku dan dokumentasi serta arsip-arsip pendukung yang diperoleh dari sumber berita-berita terpercaya.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

- ❖ Metode Observasi : Metode observasi yang digunakan adalah observasi langsung dengan cara melihat, mengamati, mendengar serta merasakan objek yang akan ditulis melalui beberapa berita-berita yang ada di televisi dan lingkungan sekitar.
- ❖ Metode Studi Pustaka : Metode studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan mengumpulkan dari berbagai sumber-sumber tertulis dan data-data yang relevan melalui arsip, jurnal, buku-buku serta catatan yang mendukung penulisan karya ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Mewujudkan Ketahanan Pangan

Ketahanan pangan merupakan suatu cara untuk mewujudkan penyediaan pangan yang stabil, perlu dilakukan pengembangan sistem produksi, efisiensi sistem usaha pangan, teknologi produksi pangan, sarana dan prasarana produksi pangan dan mempertahankan dan mengembangkan lahan produktif. Sumber penyediaan pangan diwujudkan dari produksi dalam negeri, cadangan pangan dan pemasukan pangan. Ketahanan pangan dapat terjadi apabila semua sektor bidang yang ada bekerja sama untuk memberikan kontribusi nyata terintegrasi, apabila semua pihak bersinergi dan terintegrasi satu sama lainnya maka tidak mustahil Indonesia dapat mewujudkan dan menjaga ketahanan pangan.

Semua pihak dapat membantu untuk mewujudkan dan menjaga ketahanan pangan yaitu dengan 1 kunci utama yaitu bersinergi pihak satu dengan lainnya dari masyarakat awam hingga pemerintah. Saat ini semua pihak sedang melakukan berbagai strategi untuk dapat mewujudkan ketahanan pangan di Indonesia dengan membuat sistem yang terintegrasi dari sektor hulu hingga hilir dalam menciptakan ketahanan dan menjaga harga pangan tetap stabil diantaranya bersinergi untuk dapat terhubung konektivitas satu sama lainnya dengan cara integrasi terpadu.

Berbagai bidang tersebut bisa terintegrasi dengan melalui aplikasi sehingga dapat memudahkan melakukan aktivitas dari hulu hingga hilir, kegiatan yang dilakukan berbagai pihak diantaranya pemerintah membuat kebijakan undang-undang tentang pertanian, membuat fasilitas infrastruktur penunjang, membuat lembaga penyerapan hasil tani, ketersediaan bibit, pupuk, dan pestisida, pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana penunjang, mengembangkan dan meningkatkan lumbung pangan, melakukan pelatihan pengetahuan, *skill* dan teknologi bagi petani, membentuk dewan ketahanan pangan, memberikan bantuan hibah, memberikan penyuluhan, akademisi melakukan penelitian untuk menciptakan bibit, pupuk dan cara metode penanaman yang unggul berkualitas, pihak bank dan investor membantu petani untuk memberikan bantuan dana agar bidang pertanian bisa berjalan lancar, pihak bank sentral menetapkan kurs yang kompetitif bagi bidang pertanian dan mengeluarkan alat pembayaran serbaguna yang disebut QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standar*).

Ketahanan pangan dapat diwujudkan oleh hasil kerja sistem ekonomi pangan yang terdiri dari sub sistem ketersediaan meliputi produksi, pasca panen dan pengolahan, sub sistem distribusi dan sub sistem konsumsi yang saling berinteraksi secara berkesinambungan dan berkelanjutan. Dengan menerapkan beberapa instrumen sistem pangan berkelanjutan seperti optimalisasi pemanfaatan plasma nutfah pangan lokal serta pemastian ketersediaan lahan dan perairan untuk budidaya tanaman pangan.

Potensi yang ada di Indonesia sangat besar, maka dari itu untuk dapat merealisasikan dan menjaga ketahanan pangan butuh adanya sinergisme dan gotong royong antar semua lapisan masyarakat, agar kita dapat menjaga dan membantu merealisasikan ketahanan pangan nasional kita bisa mulai dari yang paling

sederhana yaitu memanfaatkan pekarangan rumah untuk dapat diberdayakan menjadi hal yang produktif sehingga pekarangan tersebut bisa memasok kebutuhan dapur rumah sendiri. Selain itu, kita juga bisa mendukung peraturan pemerintah mengenai pangan dengan cara mematuhi peraturan yang ada dan bisa dengan cara saling mengingatkan satu sama lainnya mengenai pentingnya pasokan pangan sehingga seluruh masyarakat menjadi lebih meningkatkan kesadarannya dan mengimplementasikan untuk mewujudkan ketahanan pangan Nasional.

B. Penerapan Teknologi Digital Guna Membuat Ketahanan Pangan Di Indonesia

Penerapan *Digital Marketing* dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor kreatif bidang pertanian di Indonesia menjelaskan bahwa pengetahuan tentang penerapan pemasaran digital merupakan faktor yang paling utama dan berpengaruh besar terhadap keberhasilan adopsi pemasaran digital. Hal ini juga dinilai dapat memberikan manfaat yang lebih bagi pertumbuhan ekonomi di masa mendatang (Afifah, 2018), integrasi efektif Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melalui digital di sektor pertanian akan mengarah pada pertanian berkelanjutan dengan memberikan informasi pertanian yang tepat waktu dan relevan, yang akan memungkinkan petani membuat keputusan yang tepat dan matang tentang pertanian untuk meningkatkan produktivitas hasil tani.

Pertumbuhan ekonomi di bidang pertanian pada era digital dapat sangat meningkatkan produktivitas petani ke informasi pasar, *input* komoditas, tren konsumen, dan informasi pertanian terkait yang berdampak positif pada kualitas dan kuantitas produk mereka. Informasi tentang pemasaran, praktik manajemen baru tanaman dan hewan, hama dan penyakit, ketersediaan transportasi, peluang pemasaran baru, dan harga pasar *input* dan *output* pertanian sangat penting untuk ekonomi yang efisien dan produktif (Lubis, 2010).

Penggunaan dan faktor penentu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pada kawasan pertanian komersial untuk mendukung ketahanan pangan di pedesaan di Indonesia menjelaskan bahwa untuk mendukung keberlanjutan pertanian komersial perlu adanya kecepatan layanan informasi semua pihak dan bidang

terkait sehingga dapat memberikan dampak berupa kontribusi pada pencapaian ketahanan pangan yang tinggi (Subejo, 2018).

Ekonomi pertanian digital semakin terus berkembang. Konsep yang diadopsi dari ekonomi pertanian ini dikombinasikan dengan kemajuan teknologi ini dalam perkembangannya dilihat dari kebijakan pemerintah pada bidang pertanian berbasis digital masih belum banyak dijumpai terutama pada sektor hilir. Kebijakan pemerintah berbasis digital masih pada pertanian sektor hulu yaitu Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 41/Permentan/OT.140/3/2014 tentang Pedoman Perencanaan Pembangunan Pertanian Berbasis *e-Planning* yang memiliki ruang lingkup yang mencakup penilaian proposal, pengoperasian aplikasi e-Proposal, dan pengelolaan Sistem Informasi Perencanaan Kawasan Pertanian (SIKP). bahwa adanya pembangunan pertanian yang lebih berpihak kepada petani memberikan dampak pada kepercayaan dalam diri petani untuk berusaha meningkatkan produktivitas usaha taninya (Bahua, 2016).

KESIMPULAN

Menjaga dan mengaplikasikan ketahanan pangan membutuhkan kerja sama semua lapisan masyarakat agar pasokan pangan di negeri ini aman sejahtera. Strategi dari sektor hulu hingga hilir dalam menciptakan stabilitas, ketahanan dan menjaga harga pangan tetap stabil diantaranya yaitu dengan bersinergi bidang satu dengan yang lainnya agar tercipta konektivitas integrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian. 2020. Panduan Penyusunan Peta Ketahanan dan Kerentanan Pangan (*Food Security and Vulnerability Atlas/FSVA*) Provinsi 2020. PETA KETAHANAN DAN KERENTANAN PANGAN (pertanian.go.id) diakses pada tahun 2021.
- Badan Kesehatan Pangan Kementerian Pertanian/Sekretariat Dewan Ketahanan Pangan. 2019. Kebijakan Strategi Ketahanan Pangan & Gizi. KEBIJAKAN STRATEGIS KETAHANAN PANGAN DAN GIZI 2020-2024 (pertanian.go.id) diakses pada tahun 2021.
- Bendang, S. 2021. Pertanian Berkelanjutan vs Pertanian Konvensional. <https://sbendank.wordpress.com/prinsip-prinsip-pertanian-berkelanjutan/> Diakses 27 Agustus 2021.

- Fadlina, I. M. (2013). Perencanaan Pembangunan Pertanian Berkelanjutan (Kajian tentang Pengembangan Pertanian Organik di Kota Batu), *Sustainable Development of Agroicultural (Studies on Organic Agricultural Development in Batu City)*. J-PAL. 4(1).
- Tandisau, P. dan Herniwati. (2009). Prospek Pengembangan Pertanian Organik di Sulawesi Selatan. Prosiding Seminar Nasional Serealia 2009. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sulawesi Selatan.
- The Economist Intelligent Unit. 2020. Ketahanan Pangan Indonesia Menurun pada 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/26/ketahanan-pangan-indonesia-menurun-pada-2020#> Diakses pada tahun 2021.
- Wibowo, E. T. Pembangunan Ekonomi Pertanian Digital Dalam Mendukung Ketahanan Pangan (Studi di Kabupaten Sleman: Dinas Pertanian, Pangan, dan Perikanan, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*. 26(2). 204-228.
- Zahraturrahmi, U. K. F., Mahardika, H. B., Ramadhan, M., Zahroh, Z., Subrata, B. dan Tampubolon, H. (2021). Indonesia Emas Berkelanjutan 2045: Kumpulan Pemikiran Pelajar Indonesia Sedunia. Seri 10: Pangan. LIPI Press.

**PENERAPAN ANALISIS FISHBONE DALAM KEBIJAKAN GARAM
RAKYAT DI KABUPATEN CIREBON
(STUDI KASUS: SWASEMBADA GARAM RAKYAT)**

Mohammad Hadiyanu, Novie Andri Setianto, Budi Dharmawan
Magister Agribisnis, Pascasarjana, Universitas Jenderal Soedirman

Email: mhadiyanu12@gmail.com

ABSTRAK

Permintaan kebutuhan garam nasional semakin tahun meningkat seiring berkembangnya usaha yang membutuhkan garam. Kebutuhan permintaan garam tidak sejalan dengan kemampuan produksi, maka Menteri Kelautan Dan Perikanan pada tanggal 26 Desember 2009 mencanangkan adanya Gerakan Swasembada Garam Nasional. Oleh karena itu, akar permasalahan garam rakyat di Kabupaten Cirebon belum teridentifikasi secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akar permasalahan garam rakyat, faktor-faktor yang mempengaruhi swasembada garam rakyat dan tindakan perbaikan yang dilakukan untuk mencapai swasembada garam rakyat di Kabupaten Cirebon. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian yaitu di Kabupaten Cirebon. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis fishbone. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akar permasalahan garam rakyat di Kabupaten Cirebon yaitu lahan, kriteria produksi, proses, tenaga kerja, produktivitas, pemasaran, modal, tempat penyimpanan.

Kata Kunci : Garam Rakyat, Swasembada Garam, Diagram Fishbone

PENDAHULUAN

Garam menjadi pengaruh dalam kebutuhan manusia dan industri. Garam salah satu yang berperan penting bagi industri seperti pengolahan makanan, budidaya, kesehatan, manufaktur, pengolahan air, dan industri lainnya (Gozan et al., 2018). Seiring dengan bertambahnya industri yang menggunakan garam maka kebutuhan terus mengalami peningkatan signifikan. Kebutuhan garam Indonesia sekitar 4 juta ton/tahun, pengguna terbanyak untuk industri sebesar 3,2 juta ton/tahun dan garam konsumsi 800 ribu ton/tahun (BRSDMKP, 2018).

Kabupaten Cirebon terletak sebagian wilayah membentang Pantai Utara Jawa (BPS Kab.Cirebon, 2020). Topografi Kabupaten Cirebon terbagi menjadi dua wilayah yaitu wilayah dekat Pantai Utara Jawa terdiri dari daratan rendah dan wilayah bagian selatan yang memiliki ketinggian 11-130 mdpl (BPS Kab.Cirebon, 2020). Kabupaten Cirebon yang terdapat wilayah pantai digunakan sebagai produksi usaha garam rakyat yang mempunyai luas tambak sebanyak 1.518 ha (DISLAKAN, 2019).

Produksi garam di Kabupaten Cirebon semakin tahun terus mengalami perubahan, tetapi laju produktivitas fluktuatif (Bramawanto et al., 2015). Oleh karena itu, beberapa masalah muncul dalam memproduksi garam belum teridentifikasi menyeluruh (Hadiyanu, 2017).

Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) menjadi salah satu solusi yang dibutuhkan untuk memproduksi garam rakyat sesuai kebutuhan industri. Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) merupakan program Kementerian Kelautan dan Perikanan untuk meningkatkan produksi garam rakyat tercapainya swasembada garam. Peningkatan yang signifikan dari produksi garam rakyat sebagai menopang produksi garam menjadi swasembada garam. Kebijakan Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) diharapkan untuk meningkatkan kesejahteraan petambak garam, sementara akar permasalahan yang timbul dapat mempengaruhi swasembada garam rakyat. Berdasarkan pada uraian tersebut, pertanyaan penelitian yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah yang menjadi akar permasalahan garam rakyat?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi swasembada garam rakyat?
3. Bagaimana rumusan perbaikan yang dilakukan untuk mencapai swasembada garam rakyat di Kabupaten Cirebon?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menelaah kebijakan Garam Rakyat (PUGAR) di Kabupaten Cirebon. Menurut Moleong (2015) bahwa suatu pendekatan yang diamati yang dideskripsikan secara rinci dengan kata-kata metode dalam melakukan penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara semi terstruktur dan analisis dokumen yang melibatkan multi-stakeholder pada kebijakan PUGAR yaitu kelompok petambak garam rakyat yang berada di Kabupaten Cirebon dan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Cirebon melalui Kepala Dinas atau yang mewakilinya. Data yang didapatkan oleh peneliti berupa data sekunder berupa Laporan Tahunan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Cirebon. Tahun 2011 hingga Tahun 2019. Penelitian ini dilaksanakan Tahun 2018 hingga Tahun 2020. Analisis data dengan menggunakan analisis fishbone.

HASIL DAN PEMBAHASAN

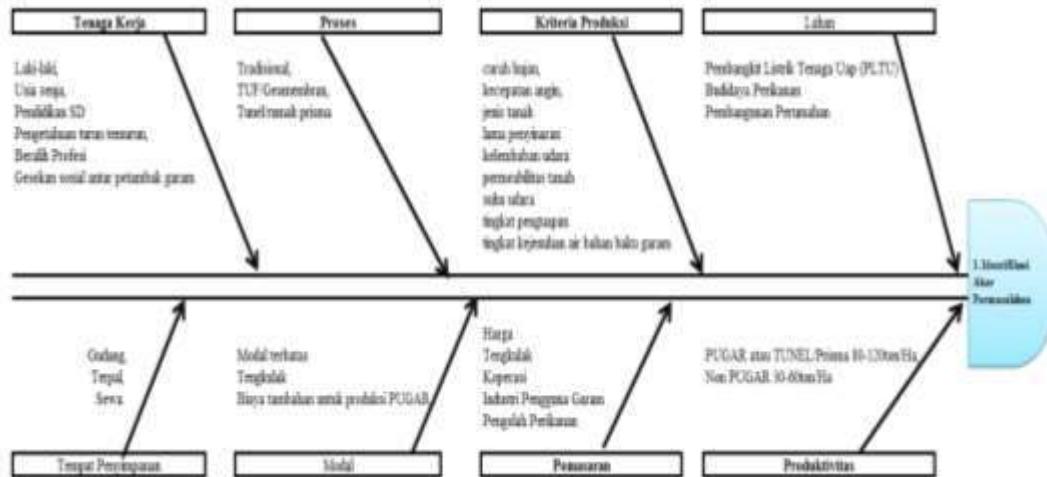
A. Gambaran Umum Penelitian

Kabupaten Cirebon wilayah terletak di pantai utara laut Jawa, yaitu Kecamatan Kapetakan, Suranenggala, Gunungjati, Mundu, Astanajapura, Pangenan, Losari, dan Gebang. Kabupaten Cirebon dengan jumlah penduduk sebesar 2.143.000 jiwa dan luas wilayah administratif sebesar 990,36 km². (BPS Kab.Cirebon. 2020). Batas Wilayah berdasarkan letak geografisnya, wilayah Kabupaten Cirebon berada pada posisi 108°40'-108°48' BT dan 6°30'-7°00' LS, yang dibatasi oleh Kabupaten Indramayu di sebelah utara, Kabupaten Majalengka di sebelah barat, Kabupaten Kuningan di sebelah selatan, dan di sebelah timur berbatasan dengan wilayah Kota Cirebon dan Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah.

Topografi Wilayah Kecamatan yang terletak sepanjang jalur pantura termasuk pada dataran rendah yang memiliki letak ketinggian antara 0-10 m dari permukaan air laut, sedangkan wilayah kecamatan yang terletak di bagian selatan memiliki letak ketinggian antara 11-130 m dari permukaan laut. Faktor iklim dan curah hujan di Kabupaten Cirebon dipengaruhi oleh keadaan alamnya yang sebagian besar terdiri dari daerah pantai terutama daerah bagian utara, timur, dan barat, sedangkan daerah bagian selatan merupakan daerah perbukitan (BPS Kab.Cirebon, 2020). Oleh karena itu, sebagian penduduk yang berada di wilayah pantai utara Jawa terdapat yang melakukan usaha di bidang garam rakyat. Usaha garam rakyat di Kabupaten Cirebon menjadi bagian terpenting sebagai produsen garam untuk memenuhi kebutuhan garam nasional.

B. Akar Permasalahan Garam di Kabupaten Cirebon

Berdasarkan hasil penelitian bahwa akar permasalahan kebijakan program PUGAR di Kabupaten Cirebon menggunakan analisis diagram fishbone yaitu lahan, kriteria produksi, proses, tenaga kerja, produktivitas, pemasaran, modal, tempat penyimpanan, akan dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Fishbone Akar Permasalahan Garam di Kabupaten Cirebon

1. Lahan.

Alih fungsi lahan garam Kabupaten Cirebon kian tahun semakin menipis karena alih fungsi lahan diperuntukkan sebagai Pembangkit Listrik Tenaga Uap I (PLTU I) di Desa Pengarengan lahan yang digunakan sebanyak 195 Ha, Kecamatan Pangenan, PLTU II di Desa Kanci dan Kanci Kulon Kecamatan Astanajapura dan PLTU III di Desa Waruduwur Kecamatan Mundu lahan yang digunakan sebanyak 230 Ha (Deliarnoor, Buchari dan Felfina, 2018; Radar Cirebon, 2017). Selain digunakan sebagai PLTU ada beberapa perusahaan swasta yang bergerak di bidang budidaya perikanan yaitu udang, ikan bandeng, pembangunan perumahan, pembangunan industri dan faktor alam yaitu abrasi yang mengikis bibir pantai lahan garam (Detik Finance, 2014; Liputan 6, 2016). Maka diperlukan sebuah aturan yang mengatur tentang Rencana Tata Ruang Wilayah yang berpihak kepada usaha garam yang mempertahankan Kabupaten Cirebon sebagai sentra produksi garam rakyat.

2. Kriteria produksi.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa syarat kriteria produksi garam dengan menggunakan Indeks Kesesuaian Garam (IKG). Indeks Kesesuaian Garam (IKG) menggunakan standar dari sembilan kriteria yaitu curah hujan, permeabilitas tanah, jenis tanah, lama penyinaran, kelembapan udara, kecepatan angin, suhu udara, tingkat penguapan dan tingkat kejenuhan air bahan baku garam (Kurniawan *et al.*, 2019). Indeks kesesuaian garam kriteria di Kabupaten Cirebon adalah curah hujan di Kabupaten Cirebon berkisar dari 0-35mm³, musim kemarau antara Juli-

Desember. Curah hujan dengan intensitas tinggi berdampak kepada produksi garam yang menurun, sedangkan curah hujan yang rendah bahkan kemarau panjang produksi garam sangat melimpah. Permeabilitas tanah di Kabupaten Cirebon dengan tanah rendah dan tidak mudah retak terletak di 8 Kecamatan yang berbatasan dengan Laut Jawa. Jenis tanah di Kabupaten Cirebon yang sangat cocok produksi garam di 8 Kecamatan tersebut beragam dari jenis tanah berpasir, tanah berlempung dan campuran tanah lempung berpasir (BPS Kab.Cirebon, 2020).

Lama penyinaran di Kabupaten Cirebon menunjukkan 7 jam/hari hingga 9 jam/hari untuk proses produksi bergantung dari laju evaporasi air. Kelembaban udara Kelembaban udara berkaitan erat dengan proses evaporasi pada produksi garam. Jika kelembapan tinggi, laju evaporasi menjadi rendah karena kejenuhan udara akan lebih cepat tercapai. Kelembaban udara mempengaruhi kecepatan penguapan air, dimana makin besar penguapan maka makin besar jumlah kristal garam yang mengendap Kabupaten Cirebon mempunyai kelembapan udara berkisar antara 60% sampai 85,5%. Kecepatan angin di Kabupaten Cirebon menunjukkan bahwa pada musim kemarau terdapat angin kumbang akibat adanya perbedaan tekanan udara yang cukup signifikan di wilayah utara dan selatan. Angin kumbang berasal dari wilayah tenggara selatan atau dari balik Gunung Ciremai. Angin Kumbang turun lebih cepat dari Gunung Ciremai menuju ke wilayah Kabupaten Cirebon. Dari adanya angin kumbang kecepatan angin bisa meningkat hingga 55 km/jam. Oleh karena itu, produksi garam mengalami terganggu, petambak mengisi lahan tambak dari air laut (bahan baku garam) yang bertambah (BPS Kab.Cirebon, 2020).

Suhu udara di Kabupaten Cirebon 20°C hingga 35°C Suhu udara mempengaruhi kecepatan penguapan air, dimana makin besar penguapan maka makin besar jumlah kristal garam yang mengendap. Tingkat penguapan yaitu faktor utama dalam produksi garam yang dipengaruhi oleh angin dan matahari. Proses pembuatan garam pada dasarnya adalah proses pengoptimalan proses penguapan sehingga dapat menghasilkan kristal garam. Tingkat penguapan air di Kabupaten Cirebon menunjukkan hasil 80 mm sampai 250 mm. Tingkat kejenuhan air bahan baku akan menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi garam. tingkat kejenuhan air di lokasi produksi garam di Kabupaten Cirebon adalah rata-rata 3°Be (BPS Kab.Cirebon, 2020).

3. Proses

Akar permasalahan petambak garam dalam program PUGAR yang tak kalah penting yaitu keterbatasan teknologi. Selama ini petambak masih produksi garam dengan proses tradisional belum mampu memenuhi kebutuhan garam nasional. Dalam memenuhi kebutuhan garam nasional pemerintah melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan mengeluarkan kebijakan program PUGAR. Program PUGAR yaitu memberikan bantuan Geomembran yang dipergunakan petambak garam memproses garam yang berkualitas dan produktivitas tinggi. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa yang menggunakan proses Teknologi Ulir Filter (TUF) atau geomembran sangat terbatas karena hanya yang menerima bantuan uang dan alat TUF berupa plastik LDPE. LDPE (*Low Density Polyethylene*) rincian satu roll dengan panjang 42 m, lebar 4,4 m dan ketebalan 250 micron (0,25 cm). Apabila petambak garam membeli alat TUF berupa plastik LDPE harga berkisar Rp.5.000.000,-/roll. Oleh karena itu, cukup memberatkan sehingga tidak mampu terkendala modal. Berbeda pula yang menggunakan proses garam produksi tunel atau rumah prisma biasanya skala besar didukung oleh investor.

4. Tenaga kerja

Berdasarkan hasil penelitian bahwa sebagian besar pendidikan dari petambak garam adalah tamatan Sekolah Dasar, namun ada juga yang tidak mengenyam bangku sekolah. Petambak garam yang menjalankan produksi garam sebagian besar laki-laki, dengan rata-rata usia dari 25 tahun hingga 60 tahun. Petambak garam memperoleh pengetahuan produksi garam secara turun temurun sehingga menjadi modal utama memproduksi garam.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa petambak garam di Kabupaten Cirebon sebagai profesi utama, namun setiap tahun mengalami penyusutan tenaga kerja beralih profesi menjadi pembudidaya ikan, kuli bangunan, pedagang diluar kota. Selain itu, akar permasalahan petambak garam berasal adanya gesekan sosial antar petambak garam. Terjadinya gesekan sosial antar petambak garam yang pernah terjadi pada Tahun 2015 yaitu antara yang menerima bantuan TUF dan yang tidak menerima TUF. Sehingga menimbulkan kecemburuan sosial dan kecurigaan petambak garam antar anggota kelompok. Sebagaimana contoh Dinas Kelautan dan Perikanan memberikan bantuan TUF berupa pompa air sebanyak 2 Unit, didalam

satu kelompok terdapat 10 anggota. Oleh karena itu, bantuan geomembran diberikan tidak sesuai dengan jumlah anggota kelompok.

5. Produktivitas

Produksi garam rakyat di Kabupaten Cirebon dibagi menjadi dua yaitu produksi garam PUGAR dan non PUGAR yang dihasilkan memiliki perbedaan dari segi produktivitas garam. Dari hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dari produktivitas garam yang dihasilkan, produktivitas garam PUGAR sebesar 80-120ton/Ha. Garam PUGAR dengan ciri butiran kristal lebih besar, garam lebih putih bersih, kadar air lebih sedikit, garam tidak bercampur dengan tanah, hasil panen lebih cepat. Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa produktivitas garam Non PUGAR sebesar 30-60ton/Ha. Garam non PUGAR dengan ciri memiliki perbedaan butiran kristal garam lebih kecil dan garam berwarna kecokelatan seiring bercampurnya dengan tanah, kadar air lebih banyak.

6. Pemasaran

Permasalahan yang sangat dirasakan petambak garam yaitu sulitnya akses pemasaran. Pemasaran garam yang dihasilkan tidak mampu diserap ke pasaran. Hal ini disebabkan dominasi tengkulak yang memberikan harga garam tak sesuai dengan harapan. Diperkuat dari hasil penelitian menyatakan bahwa pemasaran garam berkesulitan dengan adanya tengkulak (Sari, 2018).

Harga garam dikeluhkan oleh petambak garam mengenai harga produksi garam PUGAR dengan non PUGAR tidak ada perbedaan yang signifikan. Selisih harga garam menggunakan alat PUGAR berupa geomembran dan TUF dengan Non PUGAR sangat tipis berkisar Rp.500/Kg. Harga garam PUGAR dan tradisional selisihnya sangat tipis. Harga garam PUGAR yang rendah maka berdampak pada lebih tinggi biaya operasional yang tinggi dengan penerimaan yang rendah.

7. Modal

Petambak garam di Kabupaten Cirebon dengan modal terbatas untuk memproduksi garam berkisar antara Rp.1.500.000,-/musim sampai dengan Rp.3.000.000,-/musim. Disisi lain, petambak juga mengandalkan modal pinjaman dari tengkulak. Apabila garam telah diproduksi, maka petambak garam menjual kembali dengan konsekuensi dipotong untuk biaya produksi. Adanya bantuan alat geomembran/TUF sebagaimana disampaikan oleh beberapa petambak sangat

memeratkan dengan memerlukan biaya tambahan untuk produksi garam PUGAR. Biaya tambahan yang harus dikeluarkan misalnya perbaikan saluran penambahan bak kontrol garam, memerlukan serabut kelapa, arang sebagai filter. pemasangan alat geomembran yang memerlukan tambahan tenaga kerja.

8. Tempat penyimpanan

Dari hasil penelitian ini bahwa petambak garam di Kabupaten Cirebon yang menggunakan tempat penyimpanan ada tiga yaitu gudang baik yang telah sesuai dengan standar SNI maupun gudang masih menggunakan bilik kayu bambu semipermanen, dan tempat penyimpanan lainnya diletakkan di pinggir jalan menggunakan atap yang ditutupi dari bahan terpal. Selain itu, ada pula petambak garam yang menggunakan sewa gudang dengan membayar setiap tahun sebesar Rp.500.000/ton.

C. Usulan Perbaikan Kebijakan PUGAR

Usulan perbaikan dilakukan setelah mengetahui faktor akar permasalahan belum mencapai swasembada garam. Usulan perbaikan dapat menjadi rekomendasi kebijakan garam di Kabupaten Cirebon, sebagai berikut:

1. diperlukan kebijakan pemerintah daerah untuk menekan laju pertumbuhan alih fungsi lahan,
2. diperlukan informasi berupa pamflet mengenai kondisi cuaca agar produksi garam pada musim kemarau bisa lebih optimal,
3. diharapkan petambak garam menggunakan proses produksi dengan teknologi TUF,
4. diperlukan regenerasi petambak garam dalam menjalankan usaha garam dan diperlukan kerja sama MoU pemasaran garam dengan pihak-pihak pengguna garam,
5. diperlukan adanya harga acuan sehingga harga lebih stabil dan menambah jumlah koperasi garam di setiap wilayah kecamatan, dan
6. diperlukan pelatihan-pelatihan produk garam untuk petambak garam guna menambah nilai harga garam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah akar permasalahan kebijakan program pemberdayaan usaha garam rakyat (PUGAR) di Kabupaten Cirebon telah diidentifikasi yaitu (a) semakin berkurangnya lahan garam karena faktor alam akibat abrasi dan adanya alih fungsi lahan garam menjadi Pembangkit Listrik Tenaga Uap, budidaya perikanan, pembangunan perumahan, dan industri; (b) produksi garam masih mengandalkan cuaca dan musim sehingga produksi garam dapat optimal hanya pada musim kemarau; (c) proses produksi yang dilakukan petambak garam sebagian besar masih menggunakan alat tradisional; (d) keterbatasan sumber daya manusia yang menjalankan usaha garam rakyat karena faktor jenis kelamin, dan tingkat pendidikan yang rendah sehingga kesulitan untuk menambah wawasan tentang usaha garam dari aspek penggunaan teknologi untuk meningkatkan produktivitas usaha garam dan pemasaran yang efektif; (e) harga jual garam yang tidak stabil akibat adanya tengkulak garam dan belum tersedianya koperasi garam di setiap wilayah kecamatan; (f) keterbatasan pemasaran garam yang dihasilkan akibat belum adanya variasi produk lain dari garam; (g) keterbatasan modal petambak garam, (h) tempat penyimpanan garam masih menggunakan terpal dan belum sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI).

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kab. Cirebon. (2020). Kabupaten Cirebon Dalam Angka 2020. Cirebon: Badan Pusat Statistik Kab.Cirebon.
- Bramawanto, R. (2017). Buku Panduan Pembuatan Garam Bermutu Edisi Revisi. Jakarta: Kementerian Riset dan Sumber Daya Manusia Pusat Riset Kelautan Perikanan RI.
- BRSDMKP. (2018). Kendalikan Impor Garam Dengan Prediksi Produksi Garam. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Deliarnoor, N.A., Buchari, R.A., and Felfina, L.K. (2018). Evaluasi Program Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat Di Kecamatan Pangenan, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. *Jurnal Responsive*, 1(1), 27-33.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kab. Cirebon. (2019). Laporan Tahunan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Cirebon. Cirebon: Dinas Kelautan dan Perikanan Kab. Cirebon.
- Gozan, M et al. (2018). Hikayat Si Induk Bumbu Jalan Panjang Menuju Swasembada Garam. Jakarta: Penerbit KPG.

- Hadiyanu, M. (2017). Kajian Kebijakan Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) di Desa Pangenan Kecamatan Pangenan Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Kurniawan, A et al. (2019). Indeks kesesuaian garam (IKG) untuk menentukan kesesuaian lokasi produksi garam; analisis lokasi produksi garam di Kabupaten Tuban dan Kabupaten Probolinggo. *Journal of Fisheries and Marine Research*, 3(2), 236–244.
- Moeleong, L. (2006). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Radar Cirebon. (2017). Ketersediaan Listrik Kunci Pendukung Industri di Kawasan Cirebon Timur. Cirebon: Radar Cirebon.
- Sari, Y.R. (2018). Implementasi Program Pemberdayaan Usaha Garam Di Desa Kedungmutih Kecamatan Wedung Kabupaten Demak Tahun 2011-2013. *Jurnal Spirit Publik*, 13(1), 17–37.

KESIAPAN PETANI TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET BERUPA KARTU TANI DI KECAMATAN GULUK-GULUK KABUPATEN SUMENEP

Laras Nur Fitriani, Darsono, Umi Barokah
Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

Email: larasnurfitriani684@student.uns.ac.id

ABSTRAK

Kartu tani merupakan sarana akses layanan perbankan yang terintegrasi dan berfungsi sebagai simpanan, transaksi, penyaluran pinjaman hingga kartu subsidi (e-wallet). Kartu tani ini berupa kartu debit yang digunakan secara khusus untuk membaca alokasi pupuk bersubsidi dan transaksi pembayaran pupuk bersubsidi dengan menggunakan mesin Electronic Data Capture (EDC) yang ditempatkan di pengecer pupuk. Penelitian bertujuan untuk mengukur indeks kesiapan petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep terhadap niat penggunaan kartu tani. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survei dan teknik penentuan responden dengan metode simple random sampling. Sampel penelitian adalah 80 petani yang berada di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep. Analisis kesiapan penggunaan perlu dilakukan karena langkah pertama yang harus dilakukan dalam implementasi teknologi tersebut. Adapun model yang digunakan dalam penelitian adalah metode TRI (Technology Readiness Index). Analisis data yang digunakan adalah statistik inferensial yaitu metode statistik untuk mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menganalisis data kuantitatif. Data dikumpulkan setelah melewati uji validitas dan uji reliabilitas, lalu dilakukan perhitungan TRI, maka hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 3,49 berdasarkan kategori TRI, tingkat kesiapan pengguna kartu tani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep berada pada kategori sedang atau Medium Technology Readiness dengan demikian petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep sudah siap melaksanakan kartu tani dengan memperhatikan variabel discomfort dan insecurity yang masih mendapat skor rendah.

Kata Kunci: Kartu Tani, Kesiapan Pengguna, Technology Readiness Index

A. PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan strategis dalam menopang perekonomian Indonesia (Setiawan, 2016). Saat ini dunia pertanian telah memasuki era revolusi industri 4.0, secara resmi pertama kali dipresentasikan di Hannover Fair Jerman pada tahun 2012 sebagai satu dari sepuluh “Proyek masa depan” yang dibuat oleh *Germany’s High-Tech Strategy 2020* (Kinzel, 2016). Singkatnya, gagasan revolusi industri 4.0 adalah tren di dunia industri yang menggabungkan teknologi otomatis dengan teknologi *cyber*. Sektor pertanian memiliki peluang yang besar untuk berkembang dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, sehingga dibutuhkan penyesuaian yang tepat seiring

berkembangnya zaman terutama dalam hal teknologi. Salah satu perkembangan dalam teknologi komunikasi dan informasi (TIK) yang dihasilkan adalah *e-wallet*. Pembangunan pertanian di Indonesia bertujuan untuk menyejahterakan petani melalui subsidi *input* usaha tani (pupuk dan benih) maupun penerapan teknologi baru sehingga dapat meningkatkan produksi pertanian (Moko, 2017). Salah satu faktor produksi yang sangat penting dalam peningkatan produksi dan produktivitas komoditas pertanian adalah pupuk. Sementara permasalahan yang terjadi menurut (Sulaiman, 2017) terkait pengawasan, pengadaan, dan penyaluran pupuk antara lain: belum tepat sasaran, perembesan (pupuk bersubsidi dijual dengan harga non subsidi), kelangkaan, dan kenaikan harga di tingkat petani.

Upaya pemerintah dalam perkembangan TIK dari Kementerian Pertanian bekerja sama dengan Kementerian BUMN dan Pemerintah Daerah dalam penanganan terkait pupuk bersubsidi yaitu melalui program Kartu Tani. Kartu Tani merupakan sebuah kartu sebagai sarana akses layanan perbankan yang terintegrasi berfungsi untuk simpanan, transaksi, penyaluran pinjaman, hingga kartu subsidi (*e-wallet*) yang dirancang khusus untuk melakukan alokasi pupuk subsidi kepada petani. Kartu tani ini berupa kartu debit yang digunakan secara khusus untuk membaca alokasi pupuk bersubsidi dan transaksi pembayaran pupuk bersubsidi dengan menggunakan mesin *Electronic Data Capture* (EDC) yang ditempatkan di pengecer pupuk. Setiap transaksi penebusan pupuk bersubsidi secara otomatis akan mengurangi alokasi pupuk bersubsidi dan saldo rekening tabungan yang dimiliki oleh petani. Dengan begitu, diharapkan melalui program Kartu Tani penyaluran pupuk bersubsidi akan lebih terjamin dan tepat sasaran (Permana, 2017).

Program kartu tani ini digagas oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur sudah diterapkan di 38 kabupaten/ kota yang ada di Jawa Timur, salah satunya adalah Kabupaten Sumenep. Mulai 1 maret 2020, pelaksanaan program kartu tani di Kabupaten Sumenep diproyeksikan menjadi *pilot full project* di Jawa Timur. Tingkat penerimaan kartu tani yang sudah dijalankan di Kabupaten Sumenep paling tinggi dibandingkan dengan kabupaten/ kota yang lain di Jawa Timur. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Sumenep menunjukkan bahwa jumlah petani yang sudah terdaftar dalam program kartu tani sejumlah 103.822 petani dengan luas lahan sawah mencapai 25.586 Ha. Sementara berdasarkan data alokasi dan

penyaluran pupuk bersubsidi dengan menggunakan Kartu tani di Kabupaten Sumenep pada tanggal 21 September 2021 menunjukkan bahwa pembelian pupuk bersubsidi dengan menggunakan Kartu tani masih sangat sedikit. Hal tersebut disebabkan karena program Kartu tani sebagai kartu pengendali pembelian pupuk bersubsidi masih belum sepenuhnya terlaksana.

Tabel 1. Alokasi Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Sumenep

No.	Jenis Pupuk	Alokasi (Ton)
1	Pupuk UREA	27.897
2	SP-36	5.710
3	ZA	7.828
4	Phonska	10.430
5	Organik	2.009
6	Organik Cair	5.647

Sumber : Data Dinas Pertanian Sumenep, 2021

Kebijakan pertanian tentang pupuk bersubsidi yang sistem pembayarannya dengan menggunakan Kartu tani ini butuh penyesuaian dan penyempurnaan mengingat sebagian besar petani di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Sumenep sebelumnya belum pernah merasakan kebijakan subsidi pupuk dengan menggunakan kartu tani. Petani menjadi sasaran dalam pelaksanaan program kartu tani dan petani harus kesiapan terhadap adanya kartu tani. Keberhasilan adanya program kartu tani tidak terlepas dari pandangan petani sebagai sasaran dari adanya program tersebut.

Upaya di atas menunjukkan perlunya program penyaluran pupuk bersubsidi melalui kartu tani untuk dikaji menggunakan teori kesiapan dengan metode Technology Readiness Index (TRI) (Pasuraman, 2000) dengan empat variabel yaitu *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity*. Variabel tersebut akan membantu peneliti dalam menganalisis implementasi program penyaluran pupuk bersubsidi melalui kartu tani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur indeks kesiapan petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep. Dari penjelasan yang telah dijabarkan, penelitian mengangkat permasalahan ini ke dalam sebuah judul penelitian yaitu “Kesiapan Petani Terhadap Penggunaan E-Wallet Berupa Kartu Tani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan teknik penelitian survei, untuk mengidentifikasi masalah menggunakan teknik statistik dan ilmiah berdasarkan data yang telah dijawab oleh responden yang bertindak sebagai sampel. Penelitian ini berfokus pada tingkat kesiapan petani di Kabupaten Sumenep dalam menerapkan penggunaan kartu tani. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* dengan mempertimbangkan bahwa wilayah Kabupaten Sumenep *pilot full project* di Jawa Timur.

Teknik yang digunakan untuk melakukan pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Untuk penentuan jumlah sampel responden dapat digunakan rumus yang dikemukakan oleh (Hair, 2016) dengan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 5:1. Dalam penelitian ini terdapat 13 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah $5 \times 13 = 65$ sampel.

Penelitian ini menggunakan metode *Technology Readiness Index* atau tingkat kesiapan mengacu kepada kecenderungan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi baru dalam mencapai tujuan mereka baik dalam kehidupan sehari-hari, maupun dalam dunia pekerjaan. Sehingga TRI menjelaskan bagaimana kesiapan petani dapat mempengaruhi cara orang berinteraksi dengan teknologi dan penggunaannya. Dalam model TRI yang dikembangkan oleh (Pasuraman, 2000) menggunakan variabel berikut :

- a. Optimisme (*Optimism*) diukur melalui keyakinan seseorang yang menyakini bahwa pandangan-pandangan yang positif terhadap teknologi.
- b. Inovatif (*Innovativeness*) diukur melalui kecenderungan, sifat dan kebiasaan untuk menjadi pelopor dalam setiap aspek dan bentuk kehidupan, penggunaan teknologi terbaru dan dapat menggunakan teknologi yang terus terbaru.
- c. Ketidaknyamanan (*Discomfort*) diukur melalui persepsi bahwa seseorang tidak memiliki kendali atas teknologi.
- d. Ketidakpercayaan (*Insecurity*) diukur melalui ketidakpercayaan terhadap transaksi berbasis teknologi dan pesimisme terhadap kinerja teknologi

Pada penelitian ini skala likert digunakan untuk menentukan skor pada jawaban yang diberikan oleh petani. Kriteria skor yang diberikan adalah :

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju (Dawes, 2008)

Metode perhitungan nilai TRI dihitung dari nilai *mean* masing-masing pernyataan. Nilai *mean* didapatkan dari jumlah perkalian bobot pada setiap pernyataan dengan nilai skala likert yang telah ditentukan, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Tiap variabel mempunyai bobot total sebesar 25% yang kemudian dibagi dengan jumlah pernyataan pada setiap variabel. Skor TRI pada setiap variabel didapatkan dari nilai *mean* dari pernyataan dikalikan dengan bobot terhadap total yang sudah didapatkan. Skor total TRI didapatkan dari jumlah nilai seluruh variabel.

$$\text{Nilai Mean} = \frac{\Sigma (\text{Jumlah jawaban} \times \text{jumlah jawaban})}{\text{Jumlah total responden}}$$

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{\Sigma \text{Jumlah Pernyataan}}$$

$$\text{Skor Total} = \text{Nilai Mean} \times \text{Bobot Pernyataan}$$

$$\text{Nilai TRI} = \Sigma \text{Skor Total Variabel}$$

(Lazuardi, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian yang di gunakan sudah tepat. Untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas ini penulis menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Korelasi *Bivariate Pearson* adalah teknik yang digunakan dengan cara mengkorelasikan skor item masing-masing dengan total skor. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0.05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid. Dalam penelitian ini r tabel 5% (65) adalah 0,244.

Berdasarkan hasil uji validitas, semua indikator dari semua variabel mempunyai nilai r hitung $>$ dari r tabel (0,244) yang berarti semua indikator kuesioner tersebut adalah valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk melihat konsistensi data yang diambil melalui kuesioner yang disebar, dasar pengambilan uji reliabilitas

dengan metode *cronbach alpha* dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil reliabel pada semua variabel, semua nilai *alpha cronbach* > 0,6.

B. Analisa Nilai *Technology Readiness Index* (TRI)

Uji TRI digunakan untuk menganalisis sejauh mana kesiapan seseorang dalam mengadopsi teknologi terbaru yang ada di sekitar mereka. Untuk mengukur seberapa jauh tingkat kesiapan seseorang dengan teknologi yang ada saat ini, maka dapat digunakan empat variabel pengukuran yaitu *optimism*, *inovative*, *discomfort*, dan *insecurity*. Dengan menggunakan empat variabel tersebut maka akan mempermudah dalam menilai kesiapan seseorang dengan teknologi baru yang ada saat ini.

1. Perhitungan Pada Variabel Optimisme (*Optimism*)

Definisi dari variabel keyakinan yaitu seseorang yang menyakini bahwa pandangan-pandangan yang positif terhadap teknologi.

P1 : Kartu Tani memberikan saya kemudahan dalam memperoleh pupuk bersubsidi

P2 : Kartu Tani jauh lebih efisien dalam memperoleh pupuk bersubsidi

P3 : Saya merasa Kartu Tani lebih mudah digunakan dalam melakukan transaksi keuangan usahatani saya

P4 : Saya suka menggunakan Kartu Tani karena memberikan pelayanan yang mudah bagi saya

Tabel 2. Rekap Skor Pernyataan *Optimism*

Skor	Pertanyaan			
	P1	P2	P3	P4
5	160	140	140	130
4	88	96	80	88
3	12	21	18	18
2	8	10	20	18
1	3	1	1	2
Total	271	268	259	256

$$\begin{aligned} \text{Bobot pernyataan} &= \frac{25\%}{\Sigma \text{ pernyataan variabel}} \\ \text{Bobot pernyataan} &= \frac{25\%}{4,17 + 4,12 + 3,97 + 3,94} \\ \text{Nilai pernyataan} &= \frac{\Sigma (\text{Jumlah jawaban} \times \text{skor jawaban}) \times \text{Bobot pernyataan}}{\text{Jumlah responden}} \\ \text{Nilai pernyataan 1 (P1)} &= \frac{(271 \times 4,17) \times 0,02}{65} \\ &= 0,34 \\ \text{Nilai pernyataan 2 (P2)} &= \frac{(268 \times 4,12) \times 0,02}{65} \\ &= 0,34 \\ \text{Nilai pernyataan 3 (P3)} &= \frac{(259 \times 3,97) \times 0,02}{65} \\ &= 0,31 \\ \text{Nilai pernyataan 4 (P4)} &= \frac{(256 \times 3,94) \times 0,02}{65} \\ &= 0,31 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai TRI variabel} &= \Sigma \text{ nilai pernyataan} \\ &= \Sigma (P1 + P2 + P3 + P4) \\ &= \Sigma (0,34 + 0,34 + 0,31 + 0,31) \\ &= 1,30 \end{aligned}$$

Nilai TRI pada variabel *optimism* sebesar 1,30 nilai ini akan di jumlahkan dengan nilai variabel yang lain untuk mendapat total nilai TRI.

2. Perhitungan Pada Variabel Inovatif (*Innovativeness*)

Definisi dari variabel inovatif yaitu kecenderungan, sifat dan kebiasaan untuk menjadi pelopor dalam setiap aspek dan bentuk kehidupan, penggunaan teknologi terbaru dan dapat menggunakan teknologi yang terus terbaru.

P1 : Saya termasuk orang pertama yang memperoleh kartu tani dibandingkan petani lainnya

P2 : Saya lebih sering memberikan penjelasan penggunaan Kartu Tani dibandingkan petani lainnya

P3 : Saya menghadapi masalah yang lebih sedikit daripada petani lain dalam menggunakan Kartu Tani

P4 : Saya suka menggunakan Kartu Tani karena mudah untuk dipelajari dan memberikan manfaat lebih

Tabel 3. Rekap Skor Pernyataan *Innovativeness*

Skor	Pertanyaan			
	P1	P2	P3	P4
5	50	20	35	40
4	64	80	108	84
3	33	42	54	51
2	52	54	26	30
1	2	0	0	4
Total	201	196	223	209

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{\Sigma \text{ pernyataan variabel}}$$

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{3,09 + 3,01 + 3,43 + 3,21}$$

$$\text{Nilai pernyataan} = \frac{\Sigma (\text{Jumlah jawaban x skor jawaban}) \times \text{Bobot pernyataan}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$\text{Nilai pernyataan 1 (P1)} = \frac{(201 \times 3,09) \times 0,02}{65}$$

$$= 0,19$$

$$\text{Nilai pernyataan 2 (P2)} = \frac{(196 \times 3,02) \times 0,02}{65}$$

$$= 0,18$$

$$\text{Nilai pernyataan 3 (P3)} = \frac{(223 \times 3,43) \times 0,02}{65}$$

$$= 0,24$$

$$\text{Nilai pernyataan 4 (P4)} = \frac{(209 \times 3,22) \times 0,02}{65}$$

$$= 0,21$$

$$\text{Nilai TRI variabel} = \Sigma \text{ nilai pernyataan}$$

$$= \Sigma (P1 + P2 + P3 + P4)$$

$$= \Sigma (0,19 + 0,18 + 0,24 + 0,21)$$

$$= 0,82$$

Nilai TRI pada variabel *innovativeness* sebesar 0,82 nilai ini akan di jumlahkan dengan nilai variabel yang lain untuk mendapat total Nilai TRI.

3. Perhitungan Pada Variabel Ketidaknyamanan (*Discomfort*)

Definisi dari variabel ketidaknyamanan yaitu persepsi bahwa seseorang tidak memiliki kendali atas teknologi.

P1 : Saya berpikir Kartu Tani akan mempersulit dalam memperoleh pupuk bersubsidi

P2 : Layanan kartu tani tidak membantu saya karena proses transaksi yang tidak saya mengerti dan sudah untuk dipahami

Tabel 4. Rekap Skor Pernyataan *Discomfort*

Skor	Pertanyaan	
	P1	P2
5	55	55
4	24	16
3	18	63
2	76	50
1	4	4
Total	177	188

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{\Sigma \text{ pernyataan variabel}}$$

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{2,72 + 2,90}$$

$$\text{Nilai pernyataan} = \frac{\Sigma (\text{Jumlah jawaban} \times \text{skor jawaban}) \times \text{Bobot pernyataan}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai pernyataan 1 (P1)} &= \frac{(177 \times 2,72) \times 0,04}{65} \\ &= 0,30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai pernyataan 2 (P2)} &= \frac{(188 \times 2,89) \times 0,04}{65} \\ &= 0,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai TRI variabel} &= \Sigma \text{ nilai pernyataan} \\ &= \Sigma (P1 + P2) \\ &= \Sigma (0,30 + 0,33) \\ &= 0,63 \end{aligned}$$

Nilai TRI pada variabel *discomfort* sebesar 0,63 nilai ini akan di jumlahkan dengan nilai variabel yang lain untuk mendapat total Nilai TRI.

4. Perhitungan pada variabel ketidakpercayaan (*Insecurity*)

Definisi dari variabel ketidakpercayaan terhadap transaksi berbasis teknologi dan pesimisme terhadap kinerja teknologi.

P1 : Saya berpikiran akan lebih bahaya/ rugi jika menggunakan Kartu Tani karena kurang percaya terhadap pihak bank atau pun pegawai kios pertanian

P2 : Saya kesulitan memeriksa saldo pupuk subsidi yang saya terima karena perlu datang ke ATM atau kios pertanian terdekat

P3 Saya kurang percaya dalam keamanan penggunaan Kartu Tani karna saldo yang diterima tidak berupa tunai

Tabel 5. Rekap Skor Pernyataan *Insecurity*

Skor	Pertanyaan		
	P1	P2	P3
5	35	40	30
4	40	88	32
3	9	51	42
2	76	34	70
1	7	1	2
Total	167	214	176

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{\Sigma \text{ pernyataan variabel}}$$

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{2,60 + 3,30 + 2,70}$$

$$\text{Nilai pernyataan} = \frac{\Sigma (\text{Jumlah jawaban} \times \text{skor jawaban}) \times \text{Bobot pernyataan}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai pernyataan 1 (P1)} &= \frac{(167 \times 2,60) \times 0,03}{65} \\ &= 0,20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai pernyataan 2 (P2)} &= \frac{(214 \times 3,30) \times 0,03}{65} \\ &= 0,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai pernyataan 3 (P3)} &= \frac{(176 \times 2,70) \times 0,03}{65} \\ &= 0,21 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai TRI variabel} &= \Sigma \text{ nilai pernyataan} \\ &= \Sigma (P1 + P2 + P3) \\ &= \Sigma (0,20 + 0,33 + 0,22) \\ &= 0,74 \end{aligned}$$

Nilai TRI pada variabel *discomfort* sebesar 0,64 nilai ini akan di jumlahkan dengan nilai variabel yang lain untuk mendapat total Nilai TRI.

Tabel 6. Skor Hasil Perhitungan TRI

Variabel	Skor
<i>Optimism</i>	1,30
<i>Innovativeness</i>	0,82
<i>Discomfort</i>	0,63
<i>Insecurity</i>	0,74
TRI	3,49

Dari data pada tabel di atas, skor hasil perhitungan TRI adalah 3,49 hal ini berarti petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep dikategorikan *Medium Technology Readiness Index*. Karena terletak diantara 2,90 – 3,51, nilai Variabel *optimism* 1,30 nilai percaya diri yang paling tinggi dalam penguasaan teknologi khususnya kartu tani, variabel *innovativeness* dengan nilai 0,82 ini menunjukkan petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep memiliki sikap inovatif dalam mengadopsi teknologi yang cukup tinggi, nilai variabel *discomfort* 0,63 ini menunjukkan masih kurangnya rasa nyaman dalam pelaksanaan kartu tani, nilai variabel *insecurity* 0,74 bahwa penggunaan kartu tani belum bisa merasa begitu aman dalam penerapannya di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kesiapan petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep dalam pelaksanaan kartu tani termasuk dalam kategori *Medium Technology Readiness Index* sebesar 3,49.
2. Variabel *optimism* mendapat nilai tertinggi 1,30 dan variabel terendah *discomfort* 0,63.
3. Petani di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep cukup siap untuk menggunakan kartu tani dengan memperbaiki aspek *discomfort* (ketidaknyamanan) dan *insecurity* (ketidakamanan) dalam pelaksanaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dawes, J. (2008). *Do Data Characteristics Change According to The Number of Scale Points Used? An Experiment Using 5-Point, 7-Point and 10-Point Scales*. International Journal of Market Research.
- Hair, J. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Kinzel, H. (2016). *Industry 4.0 – Where Does This Leave the Human Factor?* Journal of Urban Culture Research, Volume 15, 2017.
- Lazuardi, A. (2013). *Tingkat Kesiapan (Readiness) Pengadopsian Teknologi Informasi: Studi Kasus Panin Bank*. Indonesia: Universitas Indonesia.

- Moko, K. (2017). *Perbedaan Persepsi Petani Terhadap Porgram Kartu Tani di Kecamatan Kalijamber Kabupaten Sragen*. Caraka Tani : Journal of Sustainable Agriculture, 2017, 32(1), 9-13.
- Pasuraman, A. (2000). *Technology Readiness Index (TRI): A Multipleitem Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies*. Journal of Service Research, 2:307(May).
- Permana, D. (2017). *Petunjuk Pelaksanaan Penyediaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi TA 2018*.
- Setiawan, A. B. (2016). *Strategies to Develop Food Crop Commodity to Improve The Prosperity of Rural Farmers in Grobogan District*. Journal of Indonesian Applied Economics.
- Sulaiman, A. (2017). *Peraturan Menteri Pertanian No. 47/Permentan/SR.310/12/2017 Tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi untuk Sektor Pertanian TA 2018*. Kementerian Pertanian.

SIKAP KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KOPI ARABIKA BLUE IJEN OLAHAN MEREK “DAKO JULIE“ DI KABUPATEN BONDOWOSO JAWA TIMUR

Sri Tjondro Winarno

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN Veteran Jawa Timur

Email: sritjondro_w@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

The purpose of this study was to analyze the attitude of consumer trust towards Arabica processed coffee in Bondowoso Regency with a brand based on a predetermined multi-attribute. This research was conducted purposively in Bondowoso Regency where this area was chosen because it is included in the Arabica coffee center and has a coffee processing unit and a place to sell processed coffee products that have been produced. While the sampling or respondents were selected by giving consumer confidence and using the accidental sampling method. For consumer trust attitudes, there are several attributes related to processed coffee products to be analyzed, including price, taste, aroma, label, and packaging design. While the Fishbein model illustrates that consumer attitudes towards a product or brand are determined by 2 (two) factors: 1) Trust in one product or brand attribute (bi component); 2) The importance of evaluating the attributes of a product (ei components). The results of the study show that the multi-attributes that exist in community Arabica coffee are as follows: aroma, labeling, are priorities for Arabica coffee products, followed by packaging design then taste and price. According to gender, it is known that female consumers are also quite potential consumers of Arabica coffee products, although in general male consumers still dominate as the most coffee consumers. Based on the research results, it is known that female coffee lovers reach 40% of respondents and 60% are male.

Keywords: Coffee, Arabica, Fishbein, attributes

PENDAHULUAN

Pemasaran dalam suatu perusahaan harus selalu memperhatikan atribut produk yang salah satunya adalah merek. Merek merupakan identitas suatu produk yang membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan perusahaan dan mudah saja untuk ditiru, sedangkan merek adalah sesuatu yang dibeli oleh konsumen serta memiliki keunikan tersendiri yang sulit untuk ditiru (Tjiptono, 2008). Pembentukan persepsi tersebut diciptakan melalui sebuah merek. Merek dengan persepsi baik akan lebih menarik konsumen untuk membeli produk karena keyakinan dan kepercayaan konsumen akan merek tersebut. Perusahaan harus mampu memanfaatkan merek untuk membangun kepercayaan konsumen, karena konsumen tidak segan membayar mahal untuk mendapatkan produk dengan merek tertentu. Hal tersebut terjadi karena terdapat merek yang merupakan jaminan konsistensi kualitas dan nilai yang diyakini

terkandung di dalamnya. Tanpa adanya merek, konsumen akan merasa kurang aman dari kemungkinan buruk yang terjadi di luar harapan (Ramadayanti, 2019).

Komunikasi adalah suatu proses sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih, dimana seseorang mengirim stimulus kepada orang lain. Stimulus dapat disebut sebagai pesan yang biasanya dalam bentuk verbal, dimana proses penyampaiannya melalui saluran komunikasi dan terjadi perubahan atau respon terhadap pesan yang disampaikan (Lestari, 2015).

Pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu (Kismono, 2011).

Kotler dan Keller (2012), berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran dengan komunikasi memiliki hubungan yang erat, komunikasi merupakan proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antara perusahaan dan individu. Komunikasi dalam kegiatan pemasaran bersifat kompleks, tidak sederhana berbincang-bincang dengan teman atau keluarga. Bentuk komunikasi yang lebih rumit akan mendorong penyampaian pesan oleh komunikator pada komunikan, melalui strategi komunikasi yang tepat dengan proses perencanaan yang matang. Penggabungan kajian pemasaran dan komunikasi akan menghasilkan kajian baru yang disebut *marketing communication* (komunikasi pemasaran). Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran, guna meraih segmen pasar yang lebih luas. Perusahaan dapat menggunakan berbagai bentuk komunikasi pemasaran untuk mempromosikan apa yang mereka tawarkan dan mencapai tujuan finansial.

Budidaya kopi Arabika tidak hanya menyangkut aspek biofisik tetapi juga aspek sosial ekonomi, terutama menyangkut kepentingan petani. Oleh karena itu, harus ada kerja sama yang baik antar pemangku kepentingan (Suciati et al., 2008). Di era modern ini, minum kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Kondisi ini membuat permintaan konsumsi kopi cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menghasilkan kopi yang berkualitas baik

dan aman untuk dikonsumsi. Kirezeli dan Kuscu (2012) mengatakan bahwa sikap dalam perdagangan yang adil dapat diberdayakan dengan memperluas aksesnya terhadap produk perdagangan yang dapat diambil sebagai prinsip dasar pemasaran. Nadanyiova (2015) mengatakan bahwa konsumen di Slovakia, ketika ingin membeli produk makanan, mereka akan lebih memilih dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga, merek, negara penghasil kopi, serta rekomendasi dari teman. Kemudian Bernritter et al. (2016) mengatakan bahwa efek positif yang juga dapat mempengaruhi kemudahan sebuah merek untuk mendapatkan dukungan dari konsumen *online*. Dikatakan bahwa semakin baru satu merek, semakin mudah untuk mendapatkan dukungan dari media sosial.

Pelt dan Hey (2011) mengembangkan satu produk untuk ditawarkan kepada konsumen dengan menggunakan metode TRIZ (Teori dari *Resheniya Izobretatelskikh Zadatch*). Teori ini mengatakan bahwa untuk memuaskan konsumen, tidak hanya diperlukan bagaimana menyediakan beberapa alat atau instrumen tetapi juga memahami serta harus belajar dari konsumen tentang fungsionalitas sederhana, terutama yang berhubungan dengan arti sistem. Sementara itu Pantano dan Priporas mengatakan bahwa seorang marketer harus membagikan pengalamannya kepada konsumennya dengan menyediakan aplikasi menarik yang harus *up-to-date* dan selalu melibatkan mereka termasuk untuk memberikan hal-hal terbaru, seperti koleksi, penawaran baru dan beberapa penawaran lainnya. yang harus dipersonalisasi.

Calin (2015) mengatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas berubah dari waktu ke waktu sebagai akibat dari meningkatnya informasi, pesaing, dan perubahan harapan terhadap kategori produk, seorang pemasar harus mampu mengajari konsumen bagaimana untuk menilai kualitas suatu produk. Kemudian Signoria dan Forno (2016) berkolaborasi dengan kelompok konsumen yang memiliki solidaritas yang tidak hanya dapat mengubah konsumsi mereka tetapi juga berkolaborasi menangani kepercayaan mereka serta memiliki peningkatan rasa sosial yang efektif. Kurajdova et al. (2015) mengatakan bahwa untuk memberikan strategi pemasaran yang baik ke pasar yang jenuh, untuk meyakinkan dan mengubah pikiran konsumen, diperlukan beberapa upaya untuk menghilangkan hambatan yang dihadapi.

Macaka et al. (2014) mengatakan bahwa prinsip solidaritas dan tanggung jawab sosial suatu perusahaan atau organisasi erat kaitannya dengan volume produk yang cenderung meningkat secara permanen baik struktur maupun sistem penjualan yang diterapkan berubah secara dinamis. Vanharanta et al. (2015) mengatakan bahwa tren baru perusahaan besar Internasional yang memiliki merek yang kuat dan melayani konsumennya secara khusus. Lebih lanjut Moraru (2013) mengatakan bahwa setiap orang harus menghargai keragaman dan kredibilitas tradisi tanpa mengabaikan beberapa nilai dan simbol global, tidak membedakan aspek domestik dan internasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa menghadapi globalisasi sudah cukup baik.

Stancu (2015) mengatakan bahwa model budaya masing-masing negara dapat mempengaruhi sistem konsumsi melalui prinsip-prinsip masing-masing agama mengacu pada jenis makanan yang akan dikonsumsi. Vera dan Trujillo (2017) mengatakan bahwa identifikasi diri dengan merek dan kualitas yang diperoleh cenderung menjadi variabel yang berpengaruh besar terhadap pengukuran loyalitas pada semua kategori produk. Namun, itu sangat tergantung pada interaksi antara jenis produk dan dimensi evaluasi. Lebih lanjut, Reczkovaa et al. (2013) mengatakan bahwa konsumen harus menunjukkan preferensi mereka melalui keinginan yang mereka bayar untuk ikan berlabel ramah lingkungan.

Evangelista et al. (2014) mengatakan bahwa kopi dengan aroma khas karamel, racikan dengan rasa buah dapat diproduksi dengan menggunakan kultur starter *C. parapsilosis* UFLA YCN448 dan *S. cerevisiae* UFLA YCN727 kopi yang diproses dengan metode kering. Wikoff et al. (2017) mengatakan bahwa mengonsumsi hingga 400 mg kafein / hari, orang dewasa yang sehat tidak berpengaruh signifikan terhadap kardiovaskular mereka dan juga tidak mempengaruhi perilaku, reproduksi dan pertumbuhan serta tidak berbahaya. Onaolapo et al. (2016) mengatakan bahwa mengonsumsi kafein secara berulang-ulang dan atau kurang tidur dapat mengubah perilaku seseorang secara signifikan. Sekeroglu (2012), penelitiannya menunjukkan bahwa beberapa kopi herbal tradisional mengandung sekitar 16 mineral yang berbeda (B, Ca, Cd, Cr, Cu, Fe, K, Mg, Mn, Mo, Na, Ni, P, Pb dan S) yang dapat ditemukan dalam sampel kopi.

Vignoli et al. (2014) mengatakan bahwa kopi yang dipanggang atau disangrai dengan *light* atau *glow* menunjukkan bahwa kapasitas anti oksidan dan kandungan polifenolnya lebih tinggi. Song et al. (2016) mengatakan bahwa mengonsumsi kopi dengan proporsi yang tepat dapat memberikan efek yang baik dalam upaya membantu faktor risiko metabolisme tertentu seperti obesitas perut, hipertensi, dan glukosa tinggi. Lebih lanjut Astuti dan Hanan (2012) mengatakan bahwa mengonsumsi makanan tertentu tidak hanya sebagai kebutuhan pokok tetapi juga sebagai kebutuhan fungsi sosial.

Ma dan Wang (2014) mengatakan bahwa bahan kemasan makanan dapat memastikan bahwa makanan tersebut aman untuk dimakan, akan memperpanjang umur simpan makanan dan limbah kemasan. Li (2012) mengatakan bahwa kemasan hijau merupakan era perubahan konsep kemasan. Selanjutnya, pengembangan kemasan hijau merupakan langkah maju dalam teknologi pengemasan. Sedangkan sikap konsumen merupakan gambaran multi-atribut produk olahan kopi rakyat yang dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti harga, rasa, aroma, label, dan desain kemasan.

Bagi pecinta kopi, kenikmatan dalam mengonsumsi kopi tidak hanya berkaitan dengan aroma dan rasa tetapi mereka juga menginginkan kepuasan batin lainnya seperti dari mana produk itu berasal, kemasan, bahkan desain kemasannya. Setelah selesai mengevaluasi semua atribut kopi yang dihasilkan oleh kopi Arabika maka konsumen mulai membeli dan mengonsumsinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap kepercayaan konsumen terhadap kopi olahan Arabika di Kabupaten Bondowoso dengan merek berdasarkan multi atribut yang telah ditentukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara *purposive* di Kabupaten Bondowoso dimana daerah ini dipilih karena termasuk dalam sentra kopi Arabika dan memiliki unit pengolah kopi serta tempat penjualan produk olahan kopi yang telah dihasilkan. Sedangkan pengambilan sampel atau responden dipilih dengan memberikan kepercayaan konsumen dan menggunakan metode *accidental sampling*. Untuk sikap kepercayaan konsumen, ada beberapa atribut yang berhubungan dengan produk

kopi olahan untuk dianalisis, meliputi harga, rasa, aroma, label, dan desain kemasan. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui teknik observasi, wawancara mendalam dengan bantuan kuesioner yang diberikan kepada konsumen kopi rakyat olahan Arabika. Sedangkan model Fishbein menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap satu produk atau merek ditentukan oleh 2 (dua) faktor: 1) Kepercayaan terhadap satu atribut produk atau merek (komponen b_i); 2) Pentingnya evaluasi atribut suatu produk (komponen e_i). Model ini dirumuskan seperti yang dinyatakan di bawah ini:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

A_o = Sikap terhadap satu objek

b_i = Kekuatan kepercayaan bahwa satu objek memiliki atribut i

e_i = evaluasi yang berhubungan dengan Atribut i

n = jumlah atribut dominan

Sumber: Engel et al. (1995)

Pentingnya atribut dapat didefinisikan sebagai penilaian umum seseorang terhadap pentingnya atribut pada suatu produk atau jasa tertentu (Sangaji dan Sopiah, 2013). Selanjutnya ada lima atribut yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu harga, rasa, aroma, label, dan desain kemasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sikap merupakan aspek yang sangat berguna dalam pemasaran. Misalnya, sikap sering digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan pemasaran. Sikap juga dapat digunakan untuk membantu mengevaluasi kegiatan pemasaran sebelum dilakukan di pasar. Selain itu, *Attitude* juga akan berhasil dalam memperoleh pangsa pasar dan memilih target pangsa. Keputusan tentang kemasan merupakan contoh untuk menentukan versi mana yang akan diambil di antara kemasan alternatif lain yang dapat mendorong sikap yang paling menguntungkan bagi konsumen (Engel et al., 1995).

Tabel 1. Nilai Evaluasi (ei) dan Kepercayaan (bi) terhadap Kopi Olahan Arabika.

No.	Attribute	Ei	bi	Ao
1.	Harga	1,041	0,950	0,9889
2.	Rasa	1,222	0,859	1,0496
3.	Aroma	1,234	0,989	1,2204
4.	Desain Kemasan	1,112	0,992	1,1031
5.	Labeling	1,212	0,917	1,1114

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan analisis multi-atribut Fishbein, aroma memperoleh skor tertinggi: 1,2204; diikuti oleh *labeling* 1,1114, desain kemasan dengan skor 1,1031; rasa sebesar 0,804; harga dengan 0,9889. Aroma kopi adalah bau (aroma) yang dikeluarkan oleh kopi saat diseduh. Dalam penelitian ini, aroma diukur dengan sikap kepercayaan konsumen terhadap aroma kopi mulai dari yang paling tidak beraroma hingga yang paling beraroma. Aroma kopi dengan skor sikap percaya: 1,2204 dimana responden masih menginginkan kopi Arabika memiliki aroma tertentu. Oleh karena itu, pecinta kopi Arabika memosisikan skor sikap kepercayaan aroma sebagai posisi tertinggi karena mereka menganggap aroma menjadi pertimbangan pertama sebelum mereka memilih salah satu produk kopi.

Titik ekstra tertinggi dari pengolahan kopi yang dilakukan adalah proses *roasting*. Hal ini membuat para produsen kopi skala kecil perlu mengetahui kondisi bahwa aroma menjadi salah satu pertimbangan terpenting untuk menghasilkan kopi olahan Arabika. Davies et al. (2010) mengatakan bahwa kualitas produk dan identitas perusahaan, jika digabungkan dengan distribusi yang kuat dan kesadaran konsumen telah membuktikan bahwa mereka lebih penting dalam memperoleh pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan yang lebih besar.

Label adalah secarik kertas (kain/kain, logam, kayu, dll) yang ditempelkan pada suatu barang dan menjelaskan tentang nama barang, merek dagang, dan petunjuk atau petunjuk singkat mengenai suatu zat yang terkandung dalam suatu produk. Dalam penelitian ini, label diukur dari sikap kepercayaan konsumen terhadap label produk kopi dari sangat tidak lengkap sampai sangat lengkap. Selain itu, label dengan skor sikap 1,1114 sangat penting karena label dapat mengingatkan konsumen tentang produk yang ingin mereka beli. Label juga dapat memberikan informasi yang lengkap terutama yang berkaitan dengan tanggal kadaluwarsa, bahan yang terkandung dalam kopi dan informasi penting lainnya. Namun pada

umumnya responden hanya memperhatikan tanggal kadaluwarsanya saja, tidak sampai mengecek informasi lainnya secara detail karena sebagian besar responden adalah masyarakat pecinta kopi olahan Arabika yang sudah mengenal dan sudah mengetahui manfaat dari minum kopi. Schollenberg (2012) memberikan beberapa fakta menarik berkaitan dengan fungsi dan tanggung jawab pasar untuk produk berlabel berkelanjutan karena meningkatnya kesadaran konsumen dalam perdagangan terbuka. Terakhir, Kanama dan Nakazawa (2017) menyimpulkan bahwa banyak IBF (*Ingredient Branding Food*) telah diperkenalkan ke pasar dan mereka telah melakukan beberapa diversifikasi ke berbagai kategori produk.

Desain kemasan merupakan pelindung kemasan barang dalam upaya menarik konsumen untuk membeli produk yang dibungkus. Dalam penelitian ini, desain kemasan diukur sebagai sikap kepercayaan konsumen terhadap kemasan kopi mulai dari yang sangat tidak menarik hingga yang paling menarik. Desain kemasan memiliki skor/nilai sikap percaya: 1,1031. Artinya responden masih menganggap bahwa atribut desain kemasan harus dibuat semenarik mungkin tanpa mengabaikan atribut lainnya. Ada berbagai jenis kemasan kopi yang dijual di pasaran, baik yang terbuat dari plastik, kertas, *aluminium foil*, atau kombinasi antara plastik dan kertas dengan berbagai bentuk dan gambar yang menarik serta berbagai macam huruf di atasnya. Bagi produsen, kondisi ini harus segera ditanggapi karena sebagian besar konsumen kopi Arabika olahan menuntut kopi yang dikonsumsi memiliki kemasan yang menarik. Wyrwa dan Barska (2017) menyatakan bahwa selain berfungsi sebagai pelindung dan fungsi transportasi, kemasan juga dapat memenuhi sebagai sumber informasi terutama ketika tidak ada staf pemasaran selama penjualan serta memberikan informasi nutrisi untuk mengakomodasi permintaan konsumen sesuai dengan kebutuhan. dengan kesadaran gizi mereka.

Harith et al. (2014) mencatat bahwa penting bagi setiap produsen kopi untuk merancang kemasan produk kopi untuk menarik konsumen atau pasar dan konsumen yang akan datang. Raheem et al. (2014) mengatakan bahwa kemasan merupakan salah satu sarana komunikasi yang paling penting dari informasi tentang produk, warna kemasan, bahan, desain, dan inovasi dengan gambar yang tajam dan menarik untuk membuat pelanggan merasa senang. dan tertarik sehingga mereka mau membeli produk yang ditawarkan. Ma dan Wang (2014) menyatakan bahwa

bahan kemasan makanan harus dibuat dan mempertimbangkan keamanan pangan, lama penyimpanan dan limbah kemasan harus mampu didaur ulang atau digunakan kembali.

Rasa adalah semacam respon sensorik terhadap rangsangan saraf seperti manis, pahit, asam, dan asin terhadap indra pengecap (organoleptik) atau panas, dingin, nyeri, terhadap indra pengecap. Dalam penelitian ini, rasa diukur berdasarkan sikap kepercayaan konsumen terhadap rasa kopi, mulai dari rasa yang sangat tidak enak hingga yang paling nikmat. Kopi dengan skor 1,0496 ini memiliki cita rasa khas kopi Arabika, sedikit pahit dan asam. Responden yang didominasi laki-laki/laki-laki masih memiliki kepercayaan terhadap kopi Arabika ini. Sebagai pecinta kopi, rasa menjadi salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan. Mereka ingin kopi yang mereka konsumsi memiliki rasa yang sangat enak dan sensasional pada penyeduhan pertama. Jamaluddin et al. (2013) mengatakan bahwa hubungan antara panca indra dan loyalitas merek sangat penting karena indra penglihatan, sentuhan, rasa, pendengaran, dan penciuman mampu mempengaruhi penilaian terhadap merek. Penelitian Ting dan Thurasamy (2016) menyatakan bahwa secara kuantitatif mereka menemukan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan pengalaman menunjukkan bahwa mereka berpengaruh positif terhadap persepsi nilai dan tren niat untuk kembali ke kedai kopi. Selain itu, ditemukan bahwa kualitas pengalaman memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan kualitas lainnya.

Harga erat kaitannya dengan uang. Sebagai alat transaksi pembelian, uang harus dibayar untuk barang atau jasa pada waktu dan pasar tertentu. Dalam penelitian ini harga diukur dari sikap kepercayaan konsumen terhadap harga mulai dari yang paling mahal sampai yang paling murah. Disebutkan bahwa harga kopi memperoleh skor sikap: 0,9889. Artinya, responden dalam penelitian ini tidak memosisikan harga sebagai alasan utama untuk membeli kopi Arabika. Mereka sudah menganggap kopi sebagai salah satu kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, mereka telah membuat kopi untuk dimasukkan sebagai anggaran belanja bulanan mereka. Lebih lanjut Hadzich et al. (2014) mengatakan bahwa sebagian besar nilai tambah kopi terletak pada proses penyangraian. Di Peru misalnya, produsen kopi berkomitmen menyediakan energi matahari untuk melakukan *roasting* kopi. Energi surya dipilih karena dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan pendapatan

produsen lokal dalam upaya meningkatkan kualitas hidup mereka melalui sistem penyangaian ini. Dengan kata lain, dengan menggunakan sistem energi surya, produsen kopi lokal mampu meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang sikap kepercayaan konsumen terhadap kopi Arabika olahan, dapat disimpulkan bahwa multi-atribut yang ada pada kopi olahan Arabika masyarakat adalah sebagai berikut: aroma, *labeling*, menjadi prioritas untuk produk kopi Arabika kemudian disusul dengan desain kemasan kemudian rasa dan harga. Sesuai dengan jenis kelamin, diketahui bahwa konsumen wanita juga cukup potensial menjadi konsumen kopi produk kopi olahan Arabika meskipun pada kenyataannya secara umum konsumen pria masih mendominasi menjadi konsumen kopi terbanyak. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa perempuan pecinta kopi mencapai 40% responden dan 60% adalah laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti. S and H. Hanan. 2012. The Behaviour of Consumer Society in Consuming Food at Restaurants and Cafes. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 42 : 429 – 435. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.04.207 AcE-Bs 2010 Kuching ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, Riverside Majestic Hotel, Kuching, Sarawak, Malaysia, 7-8 July 2010.
- Bernritter. S.F, P.W.J. Verlegh and E. G. Smit. 2016. Why Nonprofits Are Easier to Endorse on Social Media: The Roles of Warmth and Brand Symbolism. *Journal of Interactive Marketing*, 33 : 27–42.
- Calin. F.M. 2015. Consumer Response to Product and Service Quality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 187 : 526 – 531.
- Cor. E and P. Zwolinski. 2014. A procedure to define the best design intervention strategy on a product for a sustainable behavior of the user. *Procedia CIRP* 15 : 425 – 430. 21st CIRP Conference on Life Cycle Engineering.
- Davies. I.A, B. Doherty and S. Knox. 2010. The Rise and Stall of a Fair Trade Pioneer: The Cafe´direct Story. *Journal of Business Ethics*. 92:127–147.
- Engel J.F, Blackwell R. D. dan P.W. Miniard. 1995. *Perilaku konsumen*. (terjemahan) Binarupa Aksara. Jakarta.
- Evangelista. S.R, C. F. Silva, M.G.P. da Cruz Miguel, C. de Souza Cordeiro, A.C.M. Pinheiro, W.F. Duarte and R.F. Schwan. 2014. Improvement of coffee beverage quality by using selected yeasts strains during the fermentation in dry process. *Food Research International* ,61 : 183–195.

- Hadzich, M, F. Veynandt, J. Delcol, L. M. Hadzich, J. P. Perez and S. Vergara. 2014. Design of a solar coffee roaster for rural areas. *Energy Procedia*, 57 : 3215 – 3224. doi: 10.1016/j.egypro.2015.06.071. 2013 ISES Solar World Congress.
- Harith, Z. T, Ting, C. H. and Zakaria, N. N. A. 2014. Coffee Packaging: Consumer Perception on Appearance, Branding and Pricing. *International Food Research Journal* 21(3): 849-853. Branding. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 105 : 772 – 780. AicE-Bs2013London Asia Pacific International Conference on Environment-Behaviour Studies University of Westminster, London, UK, 4-6 September 2013 "From Research to Practice".
- Kanama. D and N. Nakazawa. 2017. The effects of ingredient branding in the food industry: case studies on successful ingredient-branded foods in Japan. Original article. *J Ethn Foods*, -: 1- 6.
- Kirezli. O and Z.K. Kuscü. 2012. Exploring Fair Trade Attitude and Fair Trade Behavior of Turkish Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58 : 1316 – 1325. 8th International Strategic Management Conference.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kurajdova. K, J.T. Petrovicova and A. Kascakova. 2015. Factors Influencing Milk Consumption and Purchase Behavior-Evidence from Slovakia. *Procedia Economics and Finance*, 34: 573 – 580. Business Economics and Management 2015 Conference, BEM2015.
- Lestari, S. P. 2015. Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (2): 139–147.
- Lixia Ma and K. Wang. 2014. Development Trend of Food Packaging Materials. *Applied Mechanics and Materials*. Vols. 477-478 : pp 1533-1536 Online: 2013-12-19.
- Macaka. T, O. Regnerovaa and S. Toth. 2014. Design of Experiments for Analysis Factors Influencing Consumer Behaviour. *Procedia Economics and Finance*, 12 : 371 – 378. Enterprise and the Competitive Environment 2014 conference, ECE 2014, 6–7 March 2014, Brno, Czech Republic.
- Moraru. M. 2013. Appealing to Romanian Consumers During Christmas Campaigns by Means of Religious and Traditional Aspects. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81 : 490 – 494. 1st World Congress of Administrative & Political Sciences (ADPOL-2012).
- Nadanyiova. M. 2015. The Quality Mark SK and Its Impact on The Shopping Behavior of Slovak Consumers. *Procedia Economics and Finance* 23 : 1509 – 1514. 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic.

- Onaolapo. J.O , Y. A. Onaolapo, A. M. Akanmu and G. Olayiwola. 2016. Caffeine and sleep-deprivation mediated changes in open-field behaviours, stress response and antioxidant status in mice. *Sleep Science*. 9 : 236–243.
- Pelt. A.V and J. Hey. 2011. Using TRIZ and human-centered design for consumer product development. *Procedia Engineering*, 9 : 688–693. TRIZ Future Conference 2006.
- Raheem. A.R, A. Nawaz, P. Vishnu, K. Imamuddin. 2014. Role of Packaging and Labeling on Pakistani Consumers Purchase Decision. *European Scientific Journal*. edition Vol.10, No.16, ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.
- Ramayanti, F. 2019. Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6 (2): 111–116.
- Reczkovaa. L, J. Sulaiman and Z. Bahari. 2013. Some issues of consumer preferences for eco-labeled fish to promote sustainable marine capture fisheries in peninsular Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 91 : 497 – 504. PSU-USM International Conference on Humanities and Social Sciences.
- Sangadji. E.M, Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen. pendekatan praktis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Schollenberg. L. 2012. Estimating The Hedonic Price For Fair Trade Coffee in Sweden. *British Food Journal*. Vol. 114 No. 3, pp. 428-446.
- Sekeroglu. N. 2012. Mineral Compositions of Herbal Coffees Consumed in Turkey. *Asian Journal of Chemistry*; Vol. 24, No. 12, 5829-5832.
- Signoria. S and F. Forno. 2016. Closing the Attitude-Behaviour Gap: The case of Solidarity Purchase Groups. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8 : 475 – 481. Florence “Sustainability of Well-Being International Forum”. 2015: Food for Sustainability and not just food, FlorenceSWIF2015.
- Song. F, J. Oha, K. Won Lee and M. Sook Cho. 2016. The effect of coffee consumption on food group intake, nutrient intake, and metabolic syndrome of Korean adults—2010 KNHANES (V-1). *NFS Journal* 4 : 9–14.
- Stancu. A. 2015. The Relationship Among Population Number, Food Domestic Consumption and Food Consumer Expenditure for Most Populous Countries. *Procedia Economics and Finance* 22 : 333 – 342. 2nd International Conference ‘Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches’, ESPERA 2014, 13-14 November 2014, Bucharest, Romania.
- Suciati. L.P, Widkayanto dan Wibowo. 2008. Pemetaan dan pengembangan potensi kopi Arabika berbasis evaluasi multikriteria di Kabupaten Jember. Research Grant IMHERE Project. Unej.
- Ting. H and R. Thurasamy. 2016. What Matters to Infrequent Customers: A Pragmatic Approach To Understanding Perceived Value And Intention To Revisit Trendy Coffee Café Ting And Thurasamy. *SpringerPlus*. 5:651, pp. 1-11.

- Vanharanta. H, J. Kantola and S. Seikola. 2015. Customers' conscious experience in a coffee shop. *Procedia Manufacturing* 3 : 618 – 625. doi: 10.1016/j.promfg.2015.07.283 6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2015) and the Affiliated Conferences, AHFE 2015.
- Vera. J and A. Trujillo. 2017. Searching most influential variables to brand loyalty measurements: An exploratory study. *Contaduría y Administración*, 62 : 600–624.
- Vignoli. J.A, M.C. Viegas, D.G. Bassoli and M de Toledo Benassi. 2014. Roasting process affects differently the bioactive compounds and the antioxidant activity of arabica and Arabika coffees. *Food Research International* 61 : 279–285.
- Wyrwa. J and A. Barska. 2017. Packaging as a Source of Information about Food Products. *Procedia Engineering* 182 : 770 – 779. 7th International Conference on Engineering, Project, and Production Management.
- Zhengjun Li. 2012. Influence of the Environmental Packaging on Low-Carbon Logistics. *Applied Mechanics and Materials*. Vol. 200, pp 42-47.

STRATEGI PEMASARAN MANGGA ALPUKAT (KLONAL 21) DI KABUPATEN PASURUAN

Hamidah Hendrarini, Nur Yunita Puspitasari, Wahyu Santoso
Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, UPN "Veteran" Jawa Timur

Email: wahyu.agri@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran sangat penting setelah melakukan proses produksi komoditas pertanian. selain mempengaruhi motivasi petani guna terus menanam produk pertanian jika harga yang diberikan layak bagi kemajuan usaha. tujuan penelitian yang dilakukan adalah menganalisis strategi pemasaran mangga klonal 21 di Kabupaten Pasuruan. Metode analisis data yang digunakan analisis SWOT dan Matriks GSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan petani berdasarkan matriks QSPM berupa pengembangan off season guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani. Bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang. Strategi bersaing yang dapat digunakan berupa melakukan pengembangan terhadap produk olahan mangga klonal 21 serta melakukan pengembangan SDM berupa pengaplikasian teknologi baru guna menunjang kualitas dan kuantitas mangga klonal 21.

Kata Kunci: Mangga Klonal 21, Matriks QSPM, Strategi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Kabupaten Pasuruan memiliki berbagai macam varietas mangga, namun yang lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas yakni varietas mangga klonal 21 yang banyak dibudidayakan di Kecamatan Rembang. Tiga desa sentra budidaya mangga alpukat terbesar di Kecamatan Rembang terletak di Desa Oro – Oro Ombo Kulon, Oro- Oro Ombo Wetan dan Desa Kedungbanteng. Diantara ketiga kecamatan tersebut, Kecamatan Rembang tergolong sentral pembudidayaan mangga klonal 21 secara intensif karena dijual dengan cara masak pohon. penambahan tanaman baru pada Kecamatan Rembang sebanyak 13.250 pohon dengan jumlah tanaman yang produktif sebesar 411.095 pohon. Produksi mangga klonal 21 sebesar 372.897 kuintal per tahun dengan produktivitas mencapai 90,71% (Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan, 2018).

Kegiatan pemanenan mangga klonal 21 dilakukan dengan pemetikan dalam keadaan masak pohon dengan tingkat kematangan mencapai 80 %. Jika pemetikan mangga klonal 21 dilakukan pada saat matang 90 % dikhawatirkan mangga cepat busuk pada saat proses penyimpanan dan proses pendistribusian mangga ke konsumen. Petani mangga klonal 21 banyak membuat keputusan menjual melalui

perantara (Gapoktan) dibandingkan dengan tengkulak karena lebih menguntungkan dibanding dengan tengkulak karena masih menerapkan sistem tebasan yang dapat merugikan petani mangga klonal 21. Tujuan pemasaran mangga klonal 21 yang dikumpulkan oleh Gapoktan yakni kota – kota besar seperti Surabaya, Malang, Jakarta, Solo, dan Semarang serta melakukan ekspor luar negeri di Malaysia dan Singapura dikarenakan peminatnya yang besar.

Penelitian ini menjadi penting dikarenakan penggunaan strategi pemasaran yang tepat dapat memperluas pasar dan dapat menghindari pemalsuan produk mangga sejenis yang mengatasnamakan mangga klonal 21. Kotler dan Amstrong (2012); Abda (2014) yakni pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Nebo et al. (2017) memberikan temuan bahwa Pemerintah dan petani, pengolah, agen, grosir, pengecer, eksportir harus memperhatikan variabel pemasaran secara khusus, pemerintah dan lembaga pemasaran pertanian lainnya harus meningkatkan kualitas, sifat dan harga hasil pertanian dengan melakukan standarisasi yang efektif, *grading*, *branding*, pengemasan, pengolahan hasil dan juga terlibat dalam distribusi yang efisien dengan menggunakan fasilitas penyimpanan dan transportasi modern untuk meningkatkan kinerja sektor pertanian di Nigeria.

Strategi umumnya dikenal sebagai suatu rencana, taktik, atau cara dalam memperoleh sesuatu yang diinginkan (Fred, 2009). Menurut Rangkuti (2015) strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasar sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Menurut Hubbard dan Beamish (2011) mendefinisikan strategi bersaing sebagai upaya organisasi untuk memosisikan bisnisnya agar lebih kompetitif dibandingkan pesaingnya. Strategi bersaing juga dapat diartikan dengan strategi yang digunakan perusahaan dalam melawan kompetitor bisnis menggunakan keunggulan suatu produk.

Menurut Hartono (2012) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing tingkatan serta lokasinya. Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap faktor lingkungan

eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut. Hal ini juga ditunjang dengan pendapat Purbohadiningrat (2014) bahwa analisis QSPM digunakan untuk menentukan strategi mana yang akan dijadikan prioritas dalam pemilihan alternatif strategi yang telah direkomendasi. Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah menganalisis strategi pemasaran mangga klonal 21 di Kabupaten Pasuruan.

METODE PENELITIAN

Lokasi pada penelitian ini adalah desa sentra budidaya tanaman mangga klonal 21 di Kecamatan Rembang, Pasuruan, Jawa Timur. Pemilihan daerah penelitian dilakukan karena masih banyaknya potensi ekonomi khususnya dalam hal peningkatan pemasaran agar lebih dikenal masyarakat luas.

Metode yang digunakan dalam penentuan responden dalam penelitian ini adalah metode *purposive* sampling. Metode *purposive* sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampling non *random*, dimana peneliti menentukan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan menjawab permasalahan penelitian. Penelitian ini menggunakan *purposive* sampling dimana mewawancarai petani mangga klonal 21 sebanyak 50 orang yang jumlah keseluruhan petani 120 orang. Penentuan sampel sebanyak 50 orang didasari pada kriteria tertentu yakni petani yang tergabung dalam Gapoktan Tani Makmur Sentosa, memiliki lahan minimal 0,5 hektar serta memiliki jumlah pohon minimum 50 pohon mangga klonal 21.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan 2 tahapan yang pertama Analisis lingkungan internal dan eksternal pemasaran mangga klonal 21 menggunakan analisis SWOT. Kedua, analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning*) yakni analisis yang dapat menentukan alternatif strategi terbaik yang harus dijalankan perusahaan setelah melakukan analisis lingkungan perusahaan.

Cara perhitungan QSPM yakni dengan meletakkan bobot pada IFE dan EFE yang telah dianalisis ke dalam tabel QSPM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi menjadi hal yang penting dalam segi komunikasi pemasaran, jika tidak dilakukan secara hati – hati maka dapat menyebabkan kerugian baik segi waktu dan materi (Pearce et al., 2014). Tahap selanjutnya setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal maka diberikan penilaian terhadap faktor – faktor agar diketahui sumbangsih setiap indikator dalam pemasaran mangga klonal 21. Penilaian indikator dilakukan dengan skala satu sampai empat dimana nilai satu merupakan di bawah rata – rata, nilai dua merupakan rata – rata, nilai tiga merupakan di atas rata – rata dan nilai empat menunjukkan sangat baik.

A. Identifikasi Lingkungan berdasarkan Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki pemasaran Mangga Klonal 21. Pemasaran mangga klonal 21 memiliki total skor internal sebesar 2,92 yang menunjukkan posisi internal usaha budidaya mangga klonal 21 sangat kuat. Hal ini sependapat dengan teori David (2009) bahwa skor total bobot matriks internal dan eksternal berkisar antara 1,0 sampai 4,0 dengan skor rerata 2,5, nilai di atas 2,5 mencirikan organisasi yang kuat secara internal maupun eksternal, sedangkan nilai di bawah 2,5 menunjukkan posisi yang lemah. Kekuatan utama pemasaran mangga klonal 21 yakni harga mangga lebih kompetitif dimana memperoleh nilai 0,35 dimana harga mangga klonal 21 lebih mahal dibandingkan varietas mangga lain karena memiliki keunikan tersendiri. Kelemahan utama yang dimiliki mangga klonal 21 yakni 0,22 dimana kurangnya pemasaran *online* yang hanya dikelola oleh beberapa petani yang melek teknologi sehingga menyebabkan mangga klonal 21 belum berkembang lebih luas yang dapat menjangkau seluruh penjuru negeri (Tabel 1.).

Tabel 1. Matriks Faktor Internal Pemasaran Mangga Klonal 21

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN				
1.	Produk unggulan Kabupaten Pasuruan	0,09	3,26	0,29
2.	Lokasi pembudidayaan sesuai agroklimat	0,09	3,00	0,27
3.	SDM petani terampil	0,09	3,16	0,28
4.	Harga mangga lebih kompetitif	0,10	3,50	0,35
5.	Adanya APMG yang aktif	0,09	3,12	0,28
6.	Kualitas buah yang tinggi	0,09	3,16	0,28
Total		0,55		1,75
KELEMAHAN				
1.	Musim tidak menentu	0,07	2,38	0,17
2.	Skala usaha petani kecil	0,07	2,50	0,18
3.	Kurangnya pemasaran online	0,08	2,70	0,22
4.	Teknologi pasca panen yang terbatas	0,08	2,64	0,21
5.	Modal petani masih rendah	0,08	2,68	0,21
6.	Biaya produksi tinggi	0,07	2,62	0,18
Total		0,45		1,17
Total Keseluruhan		1,00		2,92

Tabel 2. Matriks Faktor Eksternal Pemasaran Mangga Klonal 21

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1.	Tren sosial konsumen	0,07	2,72	0,19
2.	Permintaan konsumen meningkat	0,08	2,90	0,23
3.	Lembaga perkreditan yang meningkat	0,08	2,88	0,23
4.	Tuntutan pemasaran <i>online</i> masa pandemi	0,09	3,14	0,28
5.	Kebijakan pemerintah setempat yang mendukung	0,09	3,32	0,3
6.	Buah yang memiliki keunikan	0,09	3,42	0,31
Total		0,5		1,54
ANCAMAN				
1.	Hama dan penyakit	0,07	2,74	0,19
2.	Permintaan pasar yang melampaui batas maksimum	0,09	3,30	0,30
3.	Pesaing sejenis penjual mangga varietas lain	0,09	3,18	0,29
4.	Penipuan yang mengatasnamakan mangga klonal 21 di media online	0,09	3,20	0,29
5.	Belum adanya merk yang dipatenkan	0,08	2,86	0,23
6.	Kondisi ekonomi masa pandemi	0,08	3,02	0,25
Total		0,50		1,55
Total Keseluruhan		1,00		3,09

Pemasaran mangga klonal 21 dalam faktor eksternal memiliki jumlah skor sebesar 3,09 dimana nilai ini di atas rata – rata skor 2,5 yang menunjukkan kemampuan usaha budidaya mangga klonal 21 dalam merespons ancaman menghindarinya dan memanfaatkan peluang. Faktor peluang utama yang dimiliki usaha budidaya mangga klonal 21 yakni produk yang jarang dijumpai memperoleh skor sebesar

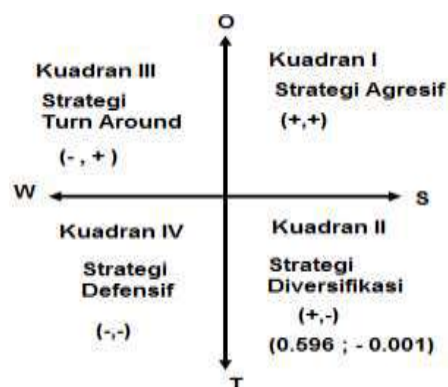
0,31 dimana produk mangga klonal 21 hanya ditemui di kabupaten Pasuruan karena menjadi produk ikonik dari kota tersebut sehingga peluang untuk permintaan pasar dikarenakan mangga klonal 21 yang tidak dapat ditemui di daerah lain.

Ancaman utama yang mengancam usaha budidaya mangga klonal 21 yakni penipuan yang mengatasnamakan mangga klonal 21 di media *online* memperoleh skor 0,29 dimana pada indikator ini menjadi ancaman jika pesaing sejenis terus melakukan penipuan dengan menjual mangga varietas lain tetapi di atasnamakan mangga klonal 21 yakni hilangnya kepercayaan konsumen kepada mangga klonal 21 karena konsumen merasa tertipu mendapatkan kualitas mangga yang buruk serta turunnya permintaan akan mangga klonal 21 asli. Strategi yang harus dikerahkan yakni mematenkan merk guna menghindari pemalsuan sejenis akan mangga klonal 21.

Tabel 3. Skor IFE dan EFE

IFE		EFE	
Kategori	Total Skor	Kategori	Total Skor
Kekuatan (S)	1,763	Peluang (O)	1,542
Kelemahan (W)	1,166	Ancaman (T)	1,543
Total (S-W)	0,596	Total (O-T)	-0,001

Berdasarkan Tabel 3. hasil perhitungan dari total skor IFE dan EFE diperoleh hasil skor berjumlah 0,596 untuk skor faktor internal sedangkan -0,001 dari faktor eksternal. Setelah mengetahui total skor tersebut maka skor yang telah dihitung dimasukkan ke dalam diagram analisis SWOT guna mengetahui strategi yang tepat digunakan dalam pemasaran mangga klonal 21. Penentuan kuadran dapat dilihat pada gambar 1 mengenai diagram analisis SWOT pemasaran mangga klonal 21.

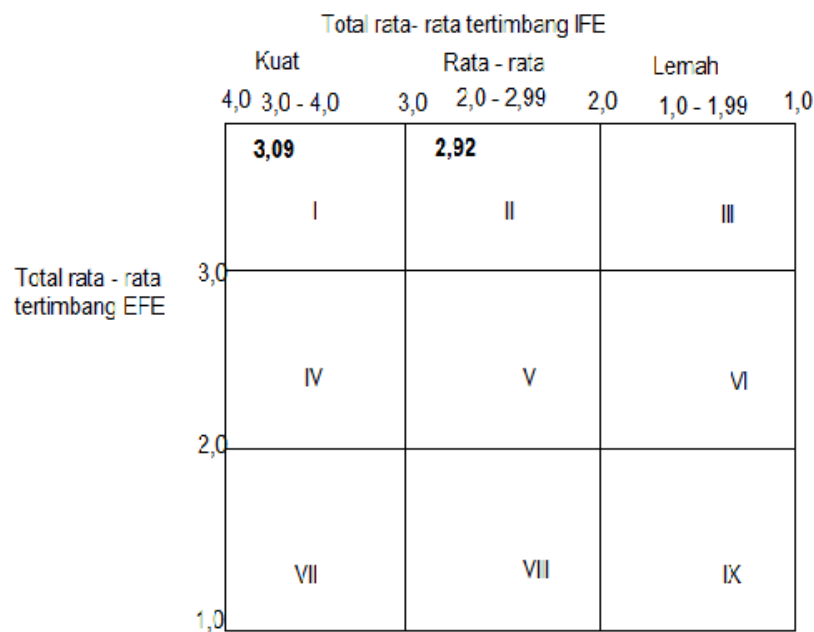


Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT diatas mengenai pemasaran mangga klonal 21 dapat diketahui bahwa posisi pemasarannya berada pada kuadran II yang mendukung strategi diversifikasi. Dengan total skor IFE dan EFE (0,596 dan -0,001) yang menandakan bahwa budidaya mangga klonal 21 ini menghadapi ancaman. Strategi pemasaran ini menandakan bahwa mangga klonal 21 memiliki kekuatan dari segi internal sehingga dapat memanfaatkan strategi jangka panjang. Strategi yang digunakan berupa strategi diversifikasi dimana menuntut suatu usaha untuk tumbuh dan berkembang melalui penambahan produk dengan produk yang telah ada.

Diversifikasi produk sangat penting sebagai strategi jangka panjang jika produk utama mulai tidak diminati oleh konsumen. Strategi diversifikasi yang dapat diterapkan pada usaha budidaya mangga klonal 21 yakni wanita tani membuat olahan yang berbahan dasar mangga klonal 21 dan memasarkannya ke konsumen sebagai buah tangan khas Pasuruan selain buah segar mangga klonal 21. Manfaat membuat produk olahan ini yakni meningkatkan nilai tambah mangga klonal 21 sehingga menambah kesejahteraan ekonomi petani. Selain itu, pengolahan mangga klonal 21 memiliki keunggulan yakni produk lebih awet dan tahan lama jika dibawa sebagai buah tangan daripada membawa buah segar mangga klonal 21 yang memiliki resiko besar mudah busuk saat perjalanan. Pembuatan produk olahan ini juga menjadi peluang baru bagi petani dan asosiasi mangga klonal 21 untuk memasarkan produk olahan kepada konsumen menginginkan suatu terobosan baru dari mangga klonal 21 selain buah segarnya.

Pemasaran mangga klonal 21 dalam meraih kesempatan guna memperluas pemasaran yakni menggunakan pemasaran digital berupa pembuatan web tersendiri guna membantu petani dan konsumen dalam bertransaksi selain itu penggunaan sosial media yang gencar juga diperlukan guna mempromosikan mangga klonal 21 sehingga menarik minat konsumen untuk membelinya. Foto produk yang ditampilkan dalam sosial media juga menjadi pengaruh sehingga diperlukan foto dengan kualitas yang bagus serta *background* menarik guna memperindah tampilan web dan sosial media pemasaran mangga klonal 21. Penjualan mangga klonal 21 dapat menggunakan *e-commerce* berupa shopee dan tokopedia.



Gambar 2. Analisis Matriks IE Pemasaran Mangga Klonal 21

Berdasarkan tabel IE di atas dapat diketahui bahwa total rata – rata tertimbang IFE dan EFE berada pada sel I dan II yang dapat menggunakan strategi intensif dimana mencakup pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk. Strategi integrasi yang digunakan berupa integrasi ke depan, integrasi belakang, dan integrasi horizontal.

Tabel 4. Analisis Matriks SWOT Pemasaran Mangga Klonal 21

Matriks SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		a. Produk unggulan Kabupaten Pasuruan b. Lokasi pembudidayaan sesuai agroklimat c. SDM petani terampil d. Harga mangga lebih kompetitif e. Adanya APMG yang aktif f. Kualitas buah yang tinggi
	Peluang (O)	Strategi WO
	a. Tren sosial konsumen b. Permintaan konsumen meningkat c. Lembaga perkreditan yang meningkat d. Tuntutan pemasaran <i>online</i> yang masa pandemi e. kebijakan pemerintah yang mendukung	Melakukan pengembangan off season guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani. Bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang W1, O2, O3, O6)
	Strategi SO	
	Meluaskan kawasan pengembangan dan pemantapan wilayah budidaya mangga klonal 21 dengan penerapan prosedur pertanaman serta pengolahan yang ketat melalui koordinasi di tiap anggota Gapoktan S1, S2, S3, S6, O2,O4)	

f. Buah yang memiliki keunikan		
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
a. Hama dan penyakit	Memberdayakan petani guna menanggulangi ancaman dalam budidaya serta mengajak wanita tani berkontribusi mengolah mangga klonal 21 guna menambah nilai jual serta menghindari pesaing sejenis (S3, S5, T1,T3,)	Melakukan pengembangan pengolahan pasca panen serta mematenkan <i>merk</i> guna menghindari pemalsuan nama mangga klonal 21 dan melakukan promosi di media sosial (W4,T5, T6, T8)
b. Permintaan pasar yang melampaui batas maksimum		
c. Pesaing sejenis penjual mangga varietas lain		
d. Penipuan yang mengatasnamakan mangga klonal 21 di media <i>online</i>		
e. Belum adanya <i>merk</i> yang dipatenkan		
f. Kondisi ekonomi masa pandemi		

a. Strategi SO

Meluaskan kawasan pengembangan dan pemantapan wilayah budidaya mangga klonal 21 dengan penerapan prosedur pertanaman serta pengolahan yang ketat melalui koordinasi di tiap anggota Gapoktan.

b. Strategi WO

Melakukan pengembangan *off season* guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani. Bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang.

c. Strategi ST

Memberdayakan petani guna menanggulangi ancaman dalam budidaya serta mengajak wanita tani berkontribusi mengolah mangga klonal 21 guna menambah nilai jual serta menghindari pesaing sejenis.

d. Strategi WT

Melakukan pengembangan pengolahan pasca panen serta mematenkan *merk* guna menghindari pemalsuan nama mangga klonal 21 dan melakukan promosi di media sosial.

B. Matriks QSPM

Beberapa strategi yang diperoleh, akan dilakukan pemilihan strategi yang tepat digunakan untuk petani dalam memasarkan mangga klonal 21 menggunakan matriks QSPM. QSPM sebagai alat untuk menyusun strategi secara objektif dengan memperhitungkan faktor keberhasilan dari internal dan eksternal. Bobot diperoleh

dari kuesioner dengan pihak petani Gapoktan Tani Makmur Sentosa pada faktor internal dan eksternal. Nilai AS merupakan kemenarikan relatif akan strategi. TAS merupakan perkalian antara bobot dan AS. Alternatif strategi yang diperoleh antara lain:

a. Strategi SO

Meluaskan kawasan pengembangan dan pemantapan wilayah budidaya mangga klonal 21 dengan penerapan prosedur pertanaman serta pengolahan yang ketat melalui koordinasi di tiap anggota Gapoktan.

b. Strategi WO

Melakukan pengembangan *off season* guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani. Bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang.

c. Strategi ST

Memberdayakan petani guna menanggulangi ancaman dalam budidaya serta mengajak wanita tani berkontribusi mengolah mangga klonal 21 guna menambah nilai jual serta menghindari pesaing sejenis.

d. Strategi WT

Melakukan pengembangan pengolahan pasca panen serta mematenkan merk guna menghindari pemalsuan nama mangga klonal 21 dan melakukan promosi di media sosial.

Tabel 5. Matriks QSPM Faktor Internal dan Eksternal

No.	Faktor Utama	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1.	Produk unggulan Kabupaten Pasuruan	0.09	4	0.36	4	0.36	4	0.36	4	0.36
2.	Lokasi pembudidayaan sesuai agroklimat	0.09	4	0.36	4	0.36	3	0.27	1	0.09
3.	SDM petani terampil	0.1	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4
4.	Harga mangga lebih kompetitif	0.09	3	0.27	4	0.36	1	0.09	1	0.09
5.	Kelembagaan aktif	0.09	3	0.27	4	0.36	4	0.36	4	0.36
6.	Kualitas produk dapat bersaing	0.09	4	0.36	4	0.36	3	0.27	4	0.36
Kelemahan										
1.	Musim tidak menentu	0.07	1	0.07	4	0.28	4	0.28	3	0.21

2.	Skala usaha petani kecil	0.07	4	0.28	3	0.21	4	0.28	4	0.28
3.	Kurangnya pemasaran <i>online</i>	0.08	1	0.08	3	0.24	1	0.08	4	0.32
4.	Teknologi pasca panen terbatas	0.08	1	0.08	1	0.08	3	0.24	2	0.16
5.	Modal petani masih rendah	0.08	3	0.24	4	0.32	4	0.32	3	0.24
6.	Biaya Produksi tinggi	0.07	1	0.07	4	0.28	3	0.21	1	0.07
Peluang										
1.	Tren sosial konsumen	0.07		-		-		-		-
2.	Permintaan konsumen meningkat melalui media <i>online</i>	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	2	0.16
3.	Lembaga perkreditan yang meningkat	0.08	1	0.08	4	0.32	2	0.16	1	0.08
4.	Tuntutan pemasaran <i>online</i> masa pandemi	0.09	4	0.36	4	0.36	3	0.27	4	0.36
5.	Kebijakan pemerintah yang mendukung	0.09	4	0.36	1	0.09	1	0.09	3	0.09
6.	Buah yang memiliki keunikan	0.09	4	0.36	4	0.36	3	0.27	4	0.36
Ancaman										
1.	Hama dan penyakit	0.07	1	0.07	2	0.14	4	0.28	1	0.07
2.	Permintaan pasar yang melampaui batas maksimum	0.09	4	0.36	4	0.36	1	0.09	4	0.36
3.	Pesaing sejenis penjual mangga varietas lain	0.09	4	0.36	4	0.36	4	0.36	4	0.36
4.	Penipuan yang mengatasnamakan mangga klonal 21 di media <i>online</i>	0.09	1	0.09	2	0.18	3	0.27	4	0.36
5.	Belum adanya <i>merk</i> yang dipatenkan	0.08	1	0.08	3	0.24	1	0.08	4	0.32
6.	Kondisi ekonomi masa pandemi	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08
Total				5.26	6.32	5.46	5.54			

Keterangan Atribut QSPM

AS : Attractiveness Score

TAS : Total Attractiveness Scores

Keterangan Skor QSPM

- 1 : Sangat tidak tertarik
- 2 : Tidak tertarik
- 3 : Tertarik
- 4 : Sangat tertarik

Berdasarkan hasil pengolahan strategi QSPM di atas diperoleh alternatif strategi 2 yakni Melakukan pengembangan *off season* guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani. Pengembangan *off season* disini menggunakan *agro-chemical* dengan menambahkan zat pengatur tumbuh (ZPT). Cara yang dapat digunakan dalam budidaya mangga yakni menggunakan teknik budidaya komprehensif, gabungan dari teknik pemangkasan, pemupukan, dan penggunaan zat pengatur tumbuh. Pengaplikasian ZPT harus dilakukan terhadap mangga yang tumbuh sehat, tidak sedang tumbuh tunas, dan produktif. Pemberian ZPT terdapat dua cara yakni mengelilingi batang dan disuntikkan ke batang. Bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang dengan jumlah skor sebesar 6,32.

KESIMPULAN

Identifikasi faktor pemasaran mangga klonal 21 diperoleh dari segi internal diketahui kekuatan yang dimiliki yakni harga mangga lebih kompetitif, produk unggulan Kabupaten Pasuruan. Kelemahan yang dimiliki berupa kurangnya pemasaran *online* dan teknologi pasca panen terbatas. Faktor eksternal berupa peluang antara lain tuntutan pemasaran *online* masa pandemi dan buah yang memiliki keunikan. Ancaman yang dihadapi berupa pesaing sejenis varietas lain dan kondisi ekonomi masa pandemi. Strategi yang dilakukan petani berdasarkan matriks QSPM berupa pengembangan *off season* guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani. Bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang. Strategi bersaing yang dapat digunakan berupa melakukan pengembangan terhadap produk olahan mangga klonal 21 serta melakukan pengembangan SDM berupa pengaplikasian teknologi baru guna menunjang kualitas dan kuantitas mangga klonal 21. Pemasaran mangga klonal 21 juga bisa menerapkan strategi intensif dimana mencakup pengembangan

pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk serta strategi integrasi yang digunakan berupa integrasi ke depan, integrasi belakang, dan integrasi horizontal. Alternatif strategi yang dapat digunakan untuk memenuhi permintaan pasar yakni dengan cara melakukan pengembangan secara *off season* guna memenuhi permintaan pasar serta meningkatkan ekonomi petani dan bekerja sama dengan lembaga perkreditan guna menambah modal petani yang masih kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda, Abdalla E., 2011. Evaluating Marketing Efficiency of Tomato in Khartoum State, Sudan. *J. Agric. Soc. Sci.*, Vol. 7, No. 1, 2011.
- David, Fred R., 2009. *Manajemen Strategis Konsep*, Buku 1. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Dinas Pertanian. 2013. Deskripsi buah mangga klonal 21 Kabupaten Pasuruan Tahun 2013. Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan.
- Dinas Pertanian. 2018. Data produktivitas tanaman mangga klonal 21 Kabupaten Pasuruan Tahun 2018. Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan.
- Hartono, Hendry. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Vol. 3, No. 2:883-889. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.
- Hubbard, Graham, And Paul Beamish, 2011, *Strategic Management : Thinking, Analysis, Action*, Frechs Forest, N.S.W : Pearson Australia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing Global*. 14 th edition. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Mahmoud Mohammadian, & Mohammad Ali D. 2016. *Marketing Strategies for Organic Products in Iran*. *International Journal of Agricultural Management and Development (IJAMAD)*2159-5860.
- Nebo, Gerald Nwora, & Ejionueme N. 2017. *Adopting Agricultural Marketing Approach for Improving Agricultural Sector Performance in Nigeria*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19. 2278-487X.
- Pearce, A., John II, Richard B. Robinson, Jr. 2014. *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Utama. Jakarta.

EVOLUSI DESTINASI EKOWISATA BERKELANJUTAN “SUNGKAI GREEN PARK” DI MASA PANDEMI COVID 19 DI KELURAHAN LAMBUNG BUKIT, KECAMATAN PAUH, KOTA PADANG

Ferdhinal Asful

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas Padang

Email: ferdhinalasful@yahoo.com

ABSTRAK

Masa pandemi berdampak nyata terhadap kehidupan komunitas petani. Untuk itu, diperlukan inovasi agar ekonomi komunitas petani tetap berkembang dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan melalui pengembangan sumber kehidupan komunitas petani menjadi destinasi ekowisata. Konsep keberlanjutan menjadi dasar bagi pengembangan ekowisata dengan enam prinsip, yakni: berbasis komunitas, proses partisipatif, terintegrasi, kolaborasi multi-pihak, pendampingan intensif, serta berorientasi manfaat dan dampak. Untuk itu, perlu dilakukan kajian tindak pemberdayaan agar memberikan manfaat ke komunitas dan berdampak ke kawasan dalam kerangka pengembangan ekowisata. Tujuan kajian adalah mendeskripsikan inisiatif evolusi destinasi Ekowisata Sungkai Green Park (ESGP) dan menganalisis keberlanjutan evolusi destinasi ESGP. Metode penelitian adalah metode deskriptif dengan jenis kajian tindak pemberdayaan. Strategi pengumpulan data dan informasi melalui kajian data sekunder, pengamatan lapangan, wawancara mendalam, dan FGD. Data di analisis secara deskriptif kualitatif untuk memahami proses evolusi destinasi ESGP (November 2020 - Agustus 2021). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa evolusi destinasi ESGP sudah dilakukan berupa : (1) persiapan sosial, (2) perencanaan partisipatif, (3) sosialisasi dan penyepakatan komitmen multi-pihak, (4) pembangunan fasilitas/infrastruktur, (5) penguatan kapasitas SDM, (6) pengembangan ekonomi lokal, serta (7) penataan kelembagaan. Sedangkan prinsip keberlanjutan sudah dilakukan dengan optimal: (1) adanya P4S Sungkai Permai sebagai basis komunitas, (2) proses partisipatif sudah dilakukan dengan dialog intensif multi pihak, (3) sudah ada integrasi komoditi, integrasi hulu hilir, dan integrasi aspek sosial, ekologi, dan ekonomi, (4) sudah terjadi kolaborasi multi-pihak dengan model kolaborasi tujuh pihak, (5) ada pendampingan intensif dari relawan, serta (6) sudah berorientasi pada manfaat sosial, ekologi, dan ekonomi.

Kata kunci: Ekowisata, Komunitas, Keberlanjutan

PENDAHULUAN

Konsep keberlanjutan merupakan hal yang kompleks karena dalam hal ini perlu mengintegrasikan berbagai informasi dari aspek ekologi, sosial, dan ekonomi dalam pembangunan (Alder et al. 2003 dalam Iswari, et al. 2008). Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Brunland mengemukakan tentang pembangunan berkelanjutan ialah pemanfaatan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan generasi saat ini dan yang akan datang dengan tetap memperhatikan keselamatan lingkungan (Custancet dan Hiller 1998 dalam Iswari, et al. 2008). Dua definisi

menyatakan bahwa aspek lingkungan atau ekologi menjadi prioritas dalam pembangunan.

Pembangunan berkelanjutan juga terkait dengan pemberdayaan karena menyangkut dengan manusia yang berhimpun dalam sebuah komunitas. Dalam konteks pemberdayaan untuk mewujudkan kemandirian komunitas terdapat 3 (tiga) substansi kegiatan, yakni: menciptakan suasana yang memungkinkan berkembangnya potensi komunitas, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki komunitas, serta upaya perlindungan yang diberikan terhadap komunitas yang lemah dan rentan (Kartasasmita, 1995). Lebih jauh dijelaskan Rahman (2009), bahwa komunitas menunjukkan terjadinya interaksi sesama, memiliki pembagian peran dan status yang jelas, serta mempunyai kemampuan untuk mengatur sesamanya.

Suansri (2003) dalam Muryani et al. (2020) mendefinisikan wisata berbasis komunitas sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya dalam komunitas. Selanjutnya, Muryani et al. (2020) menjelaskan bahwa pola ekowisata berbasis komunitas adalah pola pengembangan ekowisata yang mendukung dan memungkinkan keterlibatan penuh oleh komunitas setempat dalam manajemen ekowisata dan segala keuntungan yang diperoleh. Hal tersebut didasarkan kepada kenyataan bahwa komunitas memiliki pengetahuan tentang alam serta budaya yang menjadi potensi dan nilai jual sebagai daya tarik wisata, sehingga pelibatan masyarakat menjadi mutlak. Pola ekowisata berbasis masyarakat mengakui hak masyarakat lokal dalam mengelola kegiatan wisata di kawasan yang mereka miliki secara adat ataupun sebagai pengelola. Dengan adanya pola ekowisata berbasis masyarakat bukan berarti masyarakat akan menjalankan usaha ekowisata sendiri.

Ekowisata berbasis masyarakat dapat menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat, dan mengurangi kemiskinan, di mana penghasilan ekowisata adalah dari jasa-jasa wisata untuk turis: insentif pemandu; ongkos transportasi; *homestay*; menjual kerajinan, dll. Ekowisata membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga antar penduduk setempat yang tumbuh sebagai akibat peningkatan kegiatan ekowisata (Muryani et al., 2020).

Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dan WWF-Indonesia (2009) dalam Muryani et al. (2020) memberikan beberapa aspek kunci dalam ekowisata berbasis masyarakat, yakni : pertama, masyarakat membentuk panitia atau lembaga untuk pengelolaan kegiatan ekowisata di daerahnya, dengan dukungan dari pemerintah dan organisasi masyarakat (nilai partisipasi masyarakat dan edukasi); kedua, prinsip *local ownership* (pengelolaan dan kepemilikan oleh masyarakat setempat) diterapkan sedapat mungkin terhadap sarana dan pra-sarana ekowisata, kawasan ekowisata, dll (nilai partisipasi masyarakat); ketiga, *homestay* menjadi pilihan utama untuk sarana akomodasi di lokasi wisata (nilai ekonomi dan edukasi); keempat, pemandu adalah orang setempat (nilai partisipasi masyarakat); kelima, perintisan, pengelolaan dan pemeliharaan obyek wisata menjadi tanggungjawab masyarakat setempat, termasuk penentuan insentif untuk wisatawan (nilai ekonomi dan wisata). Dengan adanya pola ekowisata berbasis masyarakat bukan berarti bahwa masyarakat akan menjalankan usaha ekowisata sendiri. Tataran implementasi ekowisata perlu dipandang sebagai bagian dari perencanaan pembangunan terpadu yang dilakukan di suatu daerah. Untuk itu, melibatkan para pihak terkait mulai dari level komunitas, masyarakat, pemerintah, dunia usaha dan organisasi non pemerintah diharapkan membangun suatu jaringan dan menjalankan suatu kemitraan yang baik sesuai peran dan keahlian masing-masing.

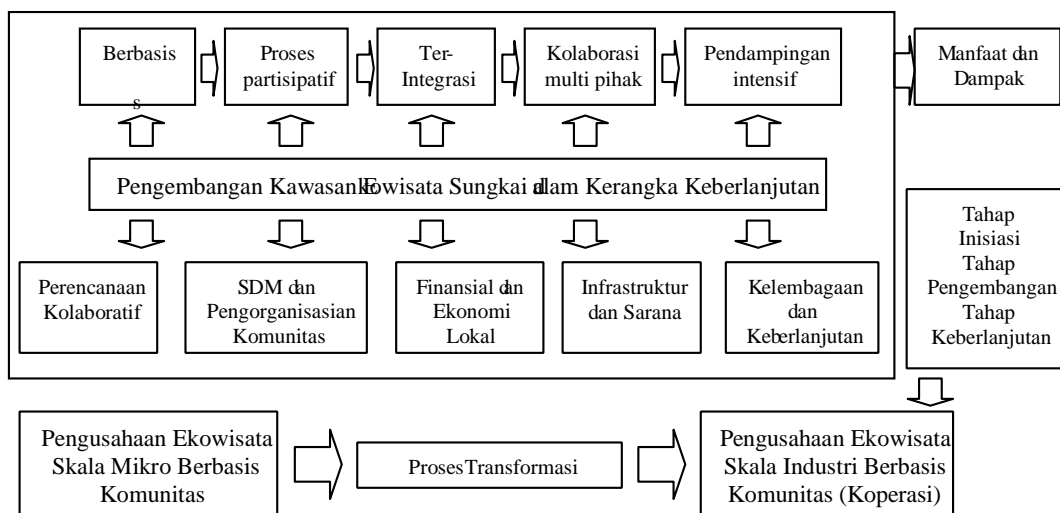
Pemberdayaan komunitas dengan tujuan untuk lebih mengoptimalkan nilai manfaat dari tindakan kolektif dapat diwujudkan melalui konsep inovasi sosial. Inovasi sosial merupakan serangkaian pelayanan inovasi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan sosial yang melingkupi komunitas (Mulgan et al., 2007 dalam Dhewanto et al., 2013). Untuk pengembangan inovasi sosial melalui penumbuhan ekowisata berbasis komunitas petani, memerlukan sinergi para pemangku kepentingan yang dilakukan dalam bentuk kaji tindak pemberdayaan. Kaji tindak pemberdayaan merupakan kombinasi antara penelitian dan tindakan dalam pemberdayaan komunitas yang dilakukan secara partisipatif guna meningkatkan aspek kehidupan komunitas (Gonsalves et al., 2005 dalam Iqbal, Basuno, dan Satya, 2007).

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan kaji tindak pemberdayaan dengan tujuan: (1) mendeskripsikan inisiatif evolusi destinasi ekowisata *Sungkai Green*

Park, dan (2) menganalisa keberlanjutan evolusi destinasi ekowisata *Sungkai Green Park*.

METODE PENELITIAN

Kaji tindak pemberdayaan ini dilaksanakan di Kawasan Ekowisata *Sungkai Green Park*, yang berlokasi di Kampung Sungkai, Kecamatan Pauh Kota Padang. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja (*purposive*). Desain kaji tindak pemberdayaan komunitas petani ini berupa metode deskriptif dan jenis studi kasus (Neuman, 2013). Data yang dikumpulkan berbentuk data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan terdiri dari: wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta FGD. Sementara untuk data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Sumber informasi adalah para informan kunci dan multi-pihak yang terlibat dalam program kaji tindak pemberdayaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Adapun kerangka kerja Kaji Tindak Pemberdayaan dalam tiga tahun (2020-2022), dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Kerja Kaji Tindak Pemberdayaan Tahun 2020-2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kaji Tindak Pemberdayaan untuk evolusi destinasi ekowisata *Sungkai Green Park* akan dilakukan dalam rentang waktu 3 (tiga) tahun secara berkelanjutan dengan penerapan konsep pengorganisasian komunitas dengan tiga

fase, yakni : fase pertumbuhan, fase pengembangan, dan fase kemandirian. Untuk bagian ini, akan dideskripsikan dan dianalisis terkait dengan fase pertumbuhan atau tahun pertama dari evolusi destinasi ekowisata *Sungkai Green Park*.

A. Deskripsi Inisiatif Evolusi Destinasi Ekowisata *Sungkai Green Park*

1. Persiapan Sosial

Kegiatan ini bertujuan untuk membangun komunikasi dan interaksi antara Tim Kaji Tindak Pemberdayaan dengan petani inovator dan komunitas P4S Sungkai Permai. Kegiatan ini sebenarnya sudah dilakukan semenjak tahun 2013 melalui kegiatan praktikum lapangan mahasiswa, namun belum konsisten dan intensif. Dari kegiatan tersebut, Tim Kaji Tindak Pemberdayaan telah menemukan Petani Inovator atau *Local Champion*. Selanjutnya pada awal bulan November 2020 mulai dilakukan proses pengorganisasian komunitas pada fase penumbuhan secara intensif dengan kunjungan dan diskusi selama beberapa kali. Kegiatan ini secara berkelanjutan dilakukan sampai saat ini terkait dengan fase penumbuhan ekowisata. Dari kegiatan ini dihasilkan rasa percaya atau *social trust* antara Tim Kaji Tindak Pemberdayaan dengan Petani Inovator dan P4S Sungkai Permai.

2. Perencanaan Partisipatif

Kegiatan ini bertujuan untuk memahami komunitas P4S Sungkai Permai yang akan menjadi pengelola ekowisata berbasis komunitas dan memahami Kampung Sungkai. Dalam prosesnya kegiatan yang menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)* dan *Focus Group Discussion (FGD)* ini, melibatkan Tim Kaji Tindak bersama dengan multi pihak yang menjadi relawan ekowisata untuk menghasilkan *output* berupa: dokumen perencanaan yang memuat identifikasi masalah, identifikasi potensi, dan identifikasi kebutuhan serta kerangka kerja untuk penumbuhan ekowisata. Namun dokumen ini masih berupa bahan presentasi dan belum dibukukan sebagai sebuah dokumen perencanaan yang ideal. Manfaat dari kegiatan ini, bagi komunitas dan relawan dari multi pihak untuk penumbuhan ekowisata adalah sudah mempunyai acuan sementara untuk berkolaborasi.

3. Sosialisasi dan Penyepakatanan Komitmen Multi Pihak

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kepastian dukungan dari multi pihak, khususnya komunitas P4S Sungkai Permai. Dalam kegiatan sosialisasi program, Tim Kaji Tindak menyampaikan hasil analisa situasi serta rencana program dan kegiatan ekowisata yang akan dikolaborasikan dengan komunitas P4S Sungkai Permai beserta multi pihak lainnya. Sedangkan dalam kegiatan penyepakatanan komitmen multi pihak, setiap pihak yang akan berpartisipasi dalam program akan berperan sesuai dengan kompetensi dan kapasitas masing-masing. Mahasiswa berperan menjadi relawan pendamping serta wirausaha sosial. Dosen berperan dalam mengintroduksi pengetahuan dan teknologi berdasarkan kapasitas akademis serta bisa juga berinvestasi dengan pola kerja sama bagi hasil. Sementara P4S Sungkai Permai bersama dengan kaum/suku berperan dalam menyediakan akses lahan serta tenaga kerja.

Selain para pelaku utama dan pelaku kunci, program juga melibatkan para pelaku penunjang, seperti instansi pemerintah terkait, LSM, lembaga penelitian, organisasi sosial kemasyarakatan, korporasi, media massa, dll. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pertemuan tatap muka dan diskusi *online* pengembangan ekowisata berbasis komunitas pada tanggal 15 November 2020 dengan diawali dengan Gerakan Sedekah Pohon Sungkai dan penanaman perdana bibit sungkai di kawasan yang akan dijadikan sebagai lokasi ekowisata. *Output* kegiatan ini, komunitas petani dengan didukung kaum/suku bersedia mengalokasikan lahan seluas lebih kurang 4 ha untuk dikelola secara optimal dengan kolaborasi multi pihak. Kedepan, lahan suku/kaum akan diurus akte notarisnya sehingga ada jaminan bagi keberlanjutan pengembangan ekowisata. Berdasarkan kesepakatan, maka kawasan ekowisata yang akan ditumbuhkan diberi nama *Sungkai Green Park*.

4. Penguatan Kapasitas SDM

Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan terkait dengan pertanian alami dan pertanian terpadu dan kerelawanan untuk mendukung penumbuhan destinasi ekowisata. Beberapa kegiatan yang sudah dilakukan, antara lain: (1) Pelatihan pertanian alami bagi petani milenial, (2) Pengenalan pertanian alami dan pertanian terpadu bagi siswa SD dan SMP dari Panti Anak Mentawai

dan Yatim H Syafri Moesa, (3) Pelatihan pengolahan daun sungkai untuk teh celup bagi anggota P4S Sungkai Permai dan petani milenial, serta (4) Jelajah Literasi Konservasi untuk siswa SD Bustanul Ulum Kampung Batu Busuk, serta (5) *J-CAMP Training* untuk relawan ekowisata. Manfaat dari kegiatan ini adalah tersedianya sejumlah tenaga terampil untuk menggerakkan ekowisata, baik untuk relawan maupun penumbuhan usaha.

5. Pembangunan Infrastruktur dan Fasilitas Pendukung

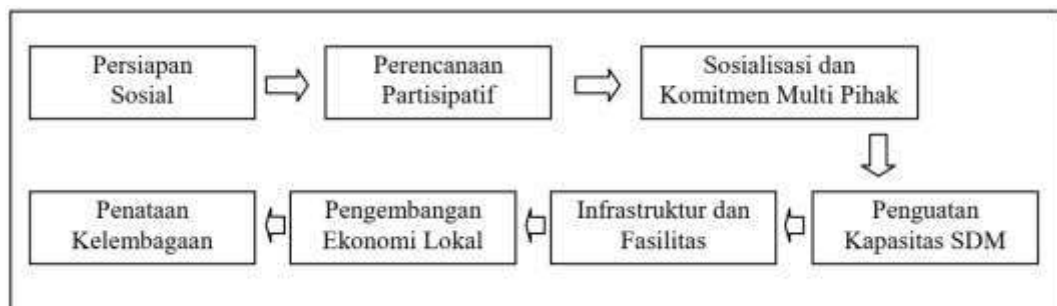
Kegiatan ini bertujuan untuk memperlancar aksesibilitas dan penyediaan fasilitas pendukung ekowisata yang pendanaannya bersumber dari Gerakan Sedekah dan gotong royong. Dari Gerakan Sedekah yang melibatkan multi pihak, berhasil dihimpun sejumlah dana dan dimanfaatkan untuk pembangunan infrastruktur jembatan, tempat parkir, jalan usahatani, serta jalan setapak di sekitar kawasan ekowisata. Selain itu, dana yang ada juga dimanfaatkan untuk pembangunan berbagai fasilitas pendukung ekowisata, antara lain : (1) tempat shalat, (2) dangau (untuk belajar, istirahat, makan), (3) kebun terasering, (4) kolam ikan, (5) toilet, (6) embung, (7) medan nan bapaneh/*camping ground* serta (8) plang ekowisata dan plang penunjuk arah).

6. Pengembangan Ekonomi Lokal

Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pendapatan (*income generating*) bagi komunitas petani yang bergabung di P4S Sungkai Permai. Selama ini sumber pendapatan keluarga petani adalah dari hasil penjualan panen komoditas pertanian di kebun, baik tanaman semusim maupun tahunan. Namun seiring dengan penumbuhan destinasi ekowisata, maka sejumlah sumber pendapatan baru sudah diperoleh oleh keluarga petani dan P4S Sungkai Permai, antara lain : (1) penjualan aneka sayuran alami, (2) penjualan aneka produk olahan sayur alami, (3) penjualan aneka produk penambah imunitas, serta (4) pengadaan paket konsumsi makanan bagi pengunjung.

7. Penataan Kelembagaan

Kegiatan ini bertujuan untuk pembagian tugas/peran serta mekanisme terkait pengelolaan ekowisata yang melibatkan kolaborasi multi pihak untuk memperkuat eksistensi kelembagaan lokal dan kelembagaan pendukung. Setelah menemukan Petani Inovator yang menjadi motor penggerak ekowisata Sungkai Green Park, maka selanjutnya dilakukan penataan kelembagaan lokal, yakni P4S Sungkai Permai dan Pokdarwis Taman Hijau Sungkai. Dengan perkembangan ekowisata, keterlibatan anggota P4S Sungkai Permai sudah semakin bertambah dan saat ini sedang proses pendirian Pokdarwis berbasis komunitas. Selain itu juga ada kelembagaan pendukung, yakni Tim Kreatif Ekowisata *Sungkai Green Park* (Relawan Indonesia Cerah Sumatera Barat, Himasekta, dan *Green Generation* Kota Padang) dan Kelompok Kerja Ekowisata *Sungkai Green Park* yang terdiri dari para relawan yang berasal dari beragam profesi dan berhimpun karena kesamaan visi (mahasiswa, guru, dosen, birokrat, budayawan, jurnalis, dll). Adapun bagan alir Inisiatif Evolusi Penumbuhan Ekowisata *Sungkai Green Park*, dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Bagan Alir Inisiatif Evolusi Penumbuhan Ekowisata *Sungkai Green Park*

B. Analisa Keberlanjutan Evolusi Destinasi Ekowisata *Sungkai Green Park*

1. Berbasis Komunitas

Basis komunitas merupakan dasar dari keberlanjutan ekowisata. Untuk itu dalam evolusi pengembangan Ekowisata *Sungkai Green Park*, dilakukan proses pengembangan komunitas yang meliputi : *pertama*, mengidentifikasi petani inovator atau *local champion* yang akan menggerakkan potensi sumber daya yang dimiliki oleh komunitas; *kedua*, menumbuhkan modal sosial, khususnya rasa

percaya (*trust*) antara petani inovator dengan Tim Kaji Tindak serta multi pihak yang akan berkolaborasi; *ketiga*, mengorganisir komunitas P4S Sungkai Permai yang saat ini sedang dalam proses perpanjangan SK dan penilaian status oleh Kementerian Pertanian RI; *keempat*, adanya aset komunitas yang terdiri dari : sumber daya manusia, sumber daya sosial, sumber daya alam (lahan, sungai, bukit), prasarana dan sarana, serta modal finansial.

Adapun yang menjadi kekuatan dari basis komunitas ini adalah : *pertama*, adanya petani inovator atau *local champion* yang berkarakter (punya inisiatif, kritis, ide kreatif, inovatif, tangguh, dan adaptif); *kedua*, tersedianya aset komunitas yang bisa dikelola untuk ekowisata (P4S, UPPO, lahan, sungai, kebun, jalan usaha tani, kolam, dangau/ pondok, bukit, dll); *ketiga*, modal sosial yang sudah cukup kuat (*bonding social capital* dan *linking social capital*); serta *keempat*, adanya inovasi sosial Ekowisata *Sungkai Green Park* dengan beragam inovasi produk (teh sungkai, teh sehat sungkai herbal, jus sayuran alami, teh talua sungkai plus, dll) dan inovasi jasa (pemasaran *online* dan *offline*). Namun terdapat beberapa kelemahan, yakni : *pertama*, *bridging social capital* masih lemah; dan *kedua*, proses pengorganisasian komunitas belum optimal dilakukan.

2. Proses Partisipatif

Partisipasi merupakan faktor kunci dalam setiap tahapan kegiatan penumbuhan ekowisata berbasis komunitas. Setiap proses pengambilan keputusan dimusyawarahkan terlebih dahulu oleh multi pihak yang berkolaborasi bersama petani inovator dan komunitas P4S Sungkai Permai. Dalam setiap pengambilan keputusan dalam pengembangan ekowisata, dilakukan dulu proses dialog intensif. Pada sisi lain, partisipasi seluruh anggota P4S Sungkai Permai belum optimal dalam setiap kegiatan karena masing-masing anggota mempunyai kegiatan untuk mencari pendapatan harian rumah tangga, sementara dalam penumbuhan ekowisata sampai saat ini belum bisa menjanjikan jaminan pendapatan harian bagi seluruh anggota P4S Sungkai Permai. Namun demikian dalam kegiatan dari instansi terkait serta perguruan tinggi, seluruh anggota P4S Sungkai Permai ikut berpartisipasi. Selain itu, dokumen perencanaan yang diproses secara partisipatif juga belum tersedia.

3. Terintegrasi

Dalam penumbuhan ekowisata *Sungkai Green Park* sudah mempraktikkan tiga pola integrasi, yakni : *pertama*, integrasi dalam sistem pertanian di sepanjang rantai nilai (hulu-hilir-penunjang); *kedua*, integrasi dalam sistem pertanian alami dan terpadu (tanaman pangan, hortikultura, peternakan, perikanan, dan perkebunan), serta *ketiga*, integrasi aspek sosio-kultural, ekologi, dan ekonomi. Namun demikian dalam penumbuhan pola integrasi ini, masih terkendala dalam tiga hal, yakni : *pertama*; integrasi di aspek penunjang, khususnya kelembagaan petani belum terorganisir secara optimal; *kedua*, sub sektor peternakan sapi belum optimal sebagai penyedia input pupuk organik karena jumlah sapi yang hanya dua ekor; *ketiga*, skala ekonomi dari proses integrasi belum tercapai sehingga belum menjamin tambahan pendapatan bagi setiap anggota komunitas.

4. Kolaborasi Multi Pihak

Kegiatan kolaborasi yang telah dilakukan dalam penumbuhan ekowisata *Sungkai Green Park* adalah model kolaborasi tujuh pihak yang terdiri dari : (1) komunitas petani, (2) aktivis LSM/OSK, (3) pemerintah, (4) pengusaha/investor sosial, (5) jurnalis/media massa, (6) pendidik (guru dan dosen), serta (7) wisatawan. Interaksi dengan saling mentransfer energi kebaikan ini menjadi dasar untuk melakukan kegiatan kolaborasi dalam Gerakan Sedekah Pohon Sungkai dan juga Program Pengabdian kepada Masyarakat dari LPPM Unand serta sumbangan donatur/relawan lainnya. Program dan kegiatan kolaborasi yang sudah dilakukan, antara lain : (1) pengembangan sarana dan prasarana (jembatan bambu, jalan usahatani, jalan setapak, kolam ikan, tempat untuk shalat, kebun terasering, pondok/dangau (diskusi, makan, istirahat), medan nan bapaneh/*camping ground*, embung, toilet, listrik, dll), serta (2) kegiatan yang telah dilakukan (kuliah lapang, pengabdian dosen, pengabdian mahasiswa, KKN, magang, *J-CAMP Training*, pelatihan petani milenial, wisata keluarga, sedekah pangan sehat, sekolah alam tani hijau, jelajah literasi, pengadaan bibit tanaman, dll). Walaupun kolaborasi multi pihak telah berjalan dengan baik, namun belum disepakati secara tertulis dalam bentuk MoU.

e. Pendampingan Intensif

Kegiatan pendampingan merupakan faktor kunci dalam pengembangan ekowisata berbasis komunitas, karena untuk mengubah pola pikir (*mindset*) berawal dari proses tahu, paham, terampil, terbiasa dan menjadi perilaku. Untuk sampai ke perubahan perilaku membutuhkan waktu, apalagi selama ini masyarakat dimanjakan dengan bantuan-bantuan sehingga cenderung menjadi tidak kreatif dan tidak inovatif sehingga tak kunjung mandiri. Disinilah pentingnya melakukan pendampingan kepada petani inovator dan komunitas P4S Sungkai Permai secara berkelanjutan. Para relawan pendamping terdiri dari : siswa, mahasiswa, guru, dan dosen serta interaksi pihak lain, seperti: birokrat, aktivis LSM, konsultan pemberdayaan, dan jurnalis.

Namun demikian terdapat beberapa kelemahan terkait pendampingan, antara lain : (1) relawan pendamping bisa punya beragam aktivitas sehingga konsistensi kegiatan pendampingan bisa terpengaruh, (2) kapasitas dan kompetensi relawan masih belum memadai, serta (3) proses pendampingan belum terorganisir rapi.

6. Berorientasi Manfaat dan Dampak

Penumbuhan ekowisata *Sungkai Green Park* secara konsep ditujukan untuk memberikan manfaat lingkungan bagi alam sekitar, selanjutnya baru memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi keluarga petani inovator beserta komunitasnya. Untuk orientasi manfaat sudah bisa diamati dalam setahun pelaksanaan Kaji Tindak, sementara untuk orientasi dampak masih membutuhkan waktu setidaknya dua sampai tiga tahun ke depan.

Manfaat terhadap lingkungan ini sebenarnya sudah diperoleh jauh sebelum Kaji Tindak dilakukan, dimana petani inovator sejak tahun 2008 sampai sekarang sudah konsisten menerapkan pertanian alami dan lebih fokus semenjak Kelompok Tani Sungkai Permai yang didirikan memperoleh program Unit Pengolahan Pupuk Organik (UPPO) dari instansi terkait. Melalui Kaji Tindak, sudah dirintis budidaya pohon sungkai untuk fungsi konservasi dengan menanamnya di sepanjang pinggir sungai Sungkai dan juga sekitar bukit yang menjadi kawasan ekowisata. Manfaat lingkungan juga sudah diperoleh melalui proses budidaya pertanian yang dilakukan dengan pendekatan ekosistem dan *zero waste*. *Input* budidaya berupa pupuk

organik (padat dan cair) dan pestisida nabati diproduksi di UPPO dengan beragam bahan organik yang diperoleh dari sekitar lokasi ekowisata.

Selanjutnya manfaat sosial sebenarnya sudah dilakukan semenjak Kelompok Tani Sungkai Permai sudah didirikan oleh petani inovator serta operasi UPPO. Setiap kegiatan dilakukan dengan mengajak anggota kelompok tani yang sampai kondisi terakhir berjumlah 40 orang. Sedangkan dalam pengelolaan UPPO dilakukan oleh sejumlah 10 orang petani. Semenjak P4S Sungkai Permai didirikan pada tahun 2016 didirikan dengan anggota 6 orang, maka pengelolaan ekowisata juga melibatkan anggota untuk budidaya, pengolahan, dan pemasaran. Saat ini juga sedang dirintis pembentukan Pokdarwis Taman Hijau Sungkai dengan pengelola sekaligus anggota sejumlah 24 orang dari keluarga inti dan kaum/suku. Sedangkan manfaat ekonomi sebelum adanya Program Kaji Tindak diperoleh petani inovator dari pemasaran pupuk kompos serta hasil usahatani, namun tidak mencukupi kebutuhan keluarga. Semenjak ekowisata berbasis komunitas diinisiasi tahun lalu, keluarga petani sudah memperoleh tambahan pendapatan dari pemasaran produk sayuran segar dan beberapa inovasi produk olahan. Selain itu juga pendapatan tambahan bersumber dari pengunjung ekowisata berupa sajian makan pagi dan makan siang dengan menu khas lokal. Walaupun demikian, terkait dengan manfaat dari keberadaan penumbuhan ekowisata *Sungkai Green Park* ini masih terkendala dari sisi skala nilai manfaat, baik secara lingkungan, sosial, maupun ekonomi. Hal ini bisa dipahami karena ekowisata Sungkai Green Park masih berada pada fase penumbuhan.

KESIMPULAN

Evolusi destinasi ESGP sudah berjalan cukup baik yang meliputi kegiatan : (1) persiapan sosial, (2) perencanaan partisipatif, (3) sosialisasi dan penyepakatan komitmen multi pihak, (4) pembangunan fasilitas/infrastruktur, (5) penguatan kapasitas SDM, (6) pengembangan ekonomi lokal, serta (7) penataan kelembagaan. Sedangkan prinsip keberlanjutan sudah dilakukan dengan optimal, yakni: (1) adanya P4S Sungkai Permai sebagai basis komunitas, (2) proses partisipatif sudah dilakukan dengan dialog intensif multi-pihak, (3) sudah ada integrasi komoditi, integrasi hulu hilir, dan integrasi aspek sosial, ekologi, dan ekonomi,

- (4) sudah terjadi kolaborasi multi pihak dengan model kolaborasi tujuh pihak, (5) ada pendampingan intensif dari relawan, serta (6) sudah berorientasi pada manfaat sosial, ekologi, dan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggadwita, dan Indriany Ameka. 2013. Inovasi dan Kewirausahaan Sosial. Panduan Dasar Menjadi Agen Perubahan Sosial. Penerbit Alfabeta. Bandung. 219 hal.
- Asful, Ferdhinal, Helmi, Suliansyah, Adrizal. 2020. Rintisan Pengembangan Jagung dan Ternak Sapi Pesisir sebagai Bagian Kolaborasi dengan PT. MOOSA Untuk Pengembangan Taman Wisata P4S Sungkai Permai, Kelurahan Lambung Bukit, Kecamatan Pauh, Kota Padang. Laporan Pengabdian kepada Masyarakat. LPPM Universitas Andalas. Padang
- Dhewanto, Wawan; Hendrati Dwi Mulyaningsih; Anggraeni Permatasari; Grisna Iqbal, Muhammad. 2007. Analisis Peran Pemangku Kepentingan dan Implementasinya dalam Pembangunan Pertanian. Artikel Jurnal Litbang Pertanian 26(3) Tahun 2007.
- Iswari, Sutjahjo, Poerwanto, Seta, dan Bey. 2008. Indeks Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Sentra Produksi Jeruk Berkelanjutan di Kabupaten Agam, Propinsi Sumatera Barat. Jurnal Hortikultura Vol. 18 No. 3 Tahun 2008. 12 Hal.
- Kartasmita, Ginandjar. 1995. Pembangunan untuk Pertumbuhan dan Pemerataan. Penerbit CIDES. Jakarta.
- Muryani, Chatarina, Sigit; Santosa; Singgih Prihadi. 2020. Ekowosata Berbasis Masyarakat. Penerbit Pramudita.
- Neuman, W. Lawrence. 2013. Metodologi Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Edisi 7. Penerbit PT. Indeks. Jakarta.

PENGARUH DISIPLIN, PENGAWASAN, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA PEGAWAI DI PERUM BULOG KANWIL JAWA TIMUR

Ervina Kusuma Putri, Eko Priyanto, Teguh Soedarto
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email : ervinakusumaputri@gmail.com

ABSTRAK

BULOG merupakan perusahaan umum milik negara yang berperan penting dalam distribusi logistic pangan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tentu dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya yaitu produktivitas sumber daya manusia. Dalam meningkatkan produktivitas sumber daya manusia maka dibutuhkan peningkatan kualitas dan efektivitas kerja yang dipengaruhi oleh disiplin kerja yang baik, pengawasan kerja serta lingkungan yang mendukung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi prosedur dan pelaksanaan peraturan disiplin, pengawasan dan lingkungan kerja serta pengaruhnya terhadap efektivitas kerja pegawai di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan sumber data primer. Teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dan didapatkan responden sebanyak 34 orang. Hasil dari penelitian ini yaitu Prosedur pada peraturan disiplin, pengawasan dan lingkungan kerja yang dihadirkan oleh perusahaan telah disepakati oleh seluruh pegawai dan memiliki buku peraturan bagi masing-masing pegawai. Penerapan peraturan disiplin, pengawasan dan lingkungan kerja telah ditetapkan perusahaan, seluruh pegawai telah menaati peraturan dengan baik. Lingkungan kerja berpengaruh terhadap efektivitas kerja, namun disiplin dan pengawasan kerja tidak berpengaruh bagi efektivitas kerja pegawai di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur.

Kata kunci : Disiplin, Pengawasan, Lingkungan, Efektivitas, Pengaruh

PENDAHULUAN

BULOG merupakan perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Bulog merupakan perusahaan yang berpengaruh dalam bidang logistik pangan sehingga Pimpinan dari Perum BULOG harus bekerja ekstra untuk kelangsungan perusahaan. Tidak hanya mengelola logistik pangan pokok dan strategis tetapi juga kemampuan memimpin karyawan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Oleh sebab itu, seorang pemimpin harus benar-benar berkualitas agar dapat memimpin bawahannya dengan baik sehingga kinerja dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

Persoalan yang muncul adalah bagaimana karyawan yang diposisikan pada struktur Perum Bulog Kanwil (Kantor Wilayah) Jawa Timur tersebut dapat menjalankan fungsinya sehingga dalam kerangka proses pencapaian tujuan organisasi, efektivitas karyawan merupakan faktor yang penting. Sebab efektivitas merupakan

ukuran sejauh mana kemampuan karyawan untuk menjalankan tugas dan fungsinya sesuai dengan apa yang diberikan oleh organisasinya.

Manajemen sumber daya manusia adalah bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan diri pada unsur sumber daya manusia. Tugas pada bagian ini yaitu mengelola unsur manusia dengan baik agar kinerja yang dihasilkan memuaskan. Semakin berkembangnya usaha yang dijalani, lembaga atau instansi mampu diharapkan terus meningkatkan usaha dan menciptakan produktivitas yang tinggi serta sumber daya manusia yang mampu berprestasi secara optimal dalam bentuk efektivitas kerja.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh efektivitas kerja pegawainya. Setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan efektivitas kerja pegawai, dengan harapan yang menjadi tujuan perusahaan akan tercapai. Efektivitas kerja pegawai merupakan keadaan yang menunjukkan tercapainya suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan pengerahan segala daya yang terdapat pada manusia melalui aktivitas-aktivitasnya.

Sumber daya manusia yang sangat berpengaruh penting dalam kemajuan organisasi yaitu disiplin kerja. Disiplin kerja pada Bulog merupakan suatu kekuasaan yang berkembang dalam penyusunan diri secara sukarela kepada keputusan-keputusan, peraturan-peraturan, nilai-nilai pekerjaan dan tingkah laku. Oleh karena itu, tingginya disiplin kerja pegawai pada Bulog akan mampu mencapai efektivitas kerja yang maksimal, baik itu disiplin waktu, tata tertib atau peraturan yang telah dikeluarkan dalam rangka menegakkan kedisiplinan perlu teladan dari pimpinan. Teladan pimpinan sangat berperan dalam menentukan kedisiplinan pegawai karena pimpinan dijadikan panutan oleh para pegawai.

Demikian juga dengan pengawasan kerja, salah satu instansi pemerintahan yang perlu diawasi adalah Bulog agar terciptanya pegawai yang bisa menjalankan tugas sesuai dengan porsi kemampuan dan keahlian yang mereka miliki dan akhirnya bisa mencapai tujuan instansi yang baik dan efektif sesuai dengan aturan yang berlaku. Karena dilihat dari fenomena yang terjadi seperti penyelesaian tugas atau pekerjaan yang terkadang tidak selesai sesuai target atau waktu yang ditentukan, masih banyak pegawai yang kurang mengerti dan tidak menjalankan tugas masing-masing, dalam arti masih banyak pegawai yang lalai dan tidak sesuai dengan jam

kerja yang ditetapkan, pada saat jam kerja masih ada pegawai yang terlihat santai ataupun tidak berada di tempat. Maka dengan adanya pengawasan dari pimpinan yang selalu memperhatikan segala kegiatan dapat memberikan energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri pegawai dalam bekerja agar mampu bekerja dengan baik dan tekun serta pengawasan dapat meningkatkan efektivitas kerja dengan cara merangsang kepercayaan diri pegawai akan kemampuan mengerjakan segala pekerjaan.

Lingkungan kerja memiliki andil besar dalam meningkatkan produktivitas pegawai. Untuk mencapai kenyamanan lingkungan kerja antara lain dapat dilakukan dengan jalan memelihara prasarana fisik seperti kebersihan yang selalu terjaga, penerangan cahaya yang cukup, ventilasi udara, suara musik dan tata ruang kantor yang nyaman. Pihak kepegawaian juga hendaknya mampu mendorong inisiatif dan kreativitas. Kondisi seperti inilah yang selanjutnya menciptakan antusiasme untuk bersatu dalam organisasi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan meningkatkan aktivitas kerja karyawan. Berdasarkan hal-hal diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Disiplin, Pengawasan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai di Perum Bulog Kanwil Jawa Timur” yang akan membahas mengenai pengaruh-pengaruh terhadap disiplin, pengawasan, lingkungan kerja yang ada di Perum Bulog Divre Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kantor Perum Bulog Kantor Wilayah Jawa Timur yang beralamat di Jln. Ahmad Yani no.146-148 Gayungan, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya. Pemilihan lokasi ini dengan alasan Perum BULOG Kanwil Jawa Timur adalah kantor pusat serta Perum BULOG Kanwil Jawa Timur adalah sumber data distribusi beras BULOG yang akurat. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer berbentuk tulis dan kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh informan di Lokasi penelitian yaitu Perum BULOG Kanwil Jawa Timur. Metode pengumpulan data primer yaitu dengan wawancara yang mendalam

kepada informan yang ahli pada bidangnya. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 82 orang meliputi seluruh pegawai yang mempunyai jabatan atau golongan yang berbeda di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur. Pada penelitian ini menggunakan *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil sampling yang dilakukan peneliti maka diperoleh sampel dalam penelitian sebanyak 34 responden yang memenuhi kriteria.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Wawancara, Observasi dan Kuesioner. Wawancara dilakukan dengan bertanya secara langsung pada pihak Perum BULOG Kanwil Jawa Timur. Observasi dilakukan dengan meninjau langsung Perum BULOG Kanwil Jawa Timur untuk melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai hal-hal yang diteliti. Sedangkan kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang harus diisi secara mandiri oleh responden, sebelum Kuesioner diberikan maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Prosedur Peraturan

Prosedur penting dimiliki bagi suatu organisasi agar segala sesuatu dapat dilakukan dapat terlaksana dengan baik. Pada akhirnya prosedur akan menjadi pedoman bagi suatu organisasi dalam menentukan aktivitas apa yang harus dilakukan untuk menjalankan suatu fungsi tertentu. Prosedur adalah rangkaian kegiatan yang telah menjadi pola dan sudah ditentukan dalam melakukan sesuatu pekerjaan atau aktivitas.

Adapun peraturan-peraturan disiplin, pengawasan, dan lingkungan kerja yang telah ditetapkan oleh Perum BULOG Kanwil Jawa Timur yaitu:

1. Peraturan Disiplin Kerja

Pada Perum Bulog Kanwil Jawa Timur memiliki 5 (lima) tata tertib disiplin yang telah ditetapkan oleh buku perjanjian kerja bersama pada pasal 45, yaitu:

- a. Menaati ketentuan jam kerja
- b. Melakukan *chek-in* pada waktu masuk kerja dan *chek-out* pada waktu pulang kerja

- c. Melakukan tugas atau pekerjaan dengan sebaik-baiknya, penuh pengabdian, kesadaran, dan tanggung jawab
- d. Bekerja dengan tertib, jujur, cermat, dan penuh semangat untuk mencapai tujuan perusahaan
- e. Memelihara dan meningkatkan keutuhan, kekompakan, dan persatuan untuk menciptakan suasana kerja yang baik sesuai dengan harapan perusahaan

2. Peraturan Pengawasan Kerja

Pada Perum Bulog Kanwil Jawa Timur memiliki 8 (delapan) aturan pengawasan kerja yang telah ditetapkan oleh buku perjanjian kerja pada pasal 42, yaitu:

- a. Memantau penerapan tata kelola perusahaan yang baik pada Perum BULOG baik pusat maupun daerah
- b. Melakukan evaluasi terhadap penerapan dalam rangka meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan adil agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional
- c. Melakukan kajian terhadap penerapan dalam rangka peningkatan pelaksanaan di masa yang akan datang
- d. Memantau kegiatan pengelolaan manajemen risiko dibidang operasi dan pengembangan usaha dalam rangka mengurangi kerugian atau yang dapat mengganggu kelangsungan perusahaan
- e. Melakukan penilaian secara berkala dan merekomendasikan risiko usaha dari kegiatan operasi dan pengembangan usaha
- f. Melakukan evaluasi terhadap risiko usaha baik pada kegiatan operasi dan pengembangan usaha yang merupakan kejian terhadap tahapn pengendalian risiko untuk masukan dalam pengendalian risiko berikutnya dan atau kebijakan selanjutnya
- g. Melakukan penilaian secara berkala dan merekomendasikan tentang pengembangan terhadap kebijakan dan strategi di bidang industri, perdagangan, jasa dan lain-lain yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan

- h. Melakukan evaluasi terhadap pengembangan kebijakan dan strategi dibidang industri, perdagangan, jasa dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan

3. Peraturan Lingkungan Kerja

Pada Perum Bulog Kanwil Jawa Timur memiliki 6 (enam) aturan lingkungan kerja yang telah di tetapkan oleh buku perjanjian kerja pada pasal 46, yaitu:

- a. Menghindari kemungkinan bahaya kebakaran dan kecelakaan
- b. Menghindari kemungkinan bahaya keracunan, penularan penyakit atau timbulnya penyakit jabatan
- c. Menjaga kebersihan dan ketertiban
- d. Mendapat penerangan yang cukup dan memenuhi syarat untuk melakukan pekerjaan
- e. Mendapat suhu yang layak dan pertukaran udara yang cukup
- f. Menghilangkan gangguan gas, dan bahan yang tidak menyenangkan

B. Penerapan Peraturan Kerja Pegawai

Penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi:

- a. Adanya program yang dilaksanakan
- b. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut
- c. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan, maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.

Adapun penerapan-penerapan peraturan disiplin, pengawasan, dan lingkungan kerja yang telah ditetapkan pada Perum BULOG Kanwil Jawa Timur, yaitu:

1. Penerapan Peraturan Disiplin Kerja

Pada penerapan peraturan disiplin kerja ini, Perum BULOG Kanwil Jawa Timur telah menetapkan berbagai macam peraturan mulai dari disiplin waktu untuk mentaati waktu ataupun jadwal yang telah di tetapkan oleh Perum BULOG Kanwil

Jawa Timur. Pada disiplin waktu yang mulai diperhatikan yaitu dari mulai jam masuk kerja yang telah ditetapkan pada pukul 07.00 untuk melakukan absen *finger print*. Setelah melakukan absen tersebut pegawai melaksanakan kegiatannya masing – masing, dan melakukan istirahat pada pukul 12.00 – 13.00. Setelah melakukan istirahat, pegawai BULOG melaksanakan kembali pekerjaannya masing-masing hingga menunggu jam selesai kerja. Pada pukul 16.00 pegawai BULOG telah menyelesaikan pekerjaannya. Pada peraturan-peraturan disiplin waktu yang telah ditetapkan, pegawai BULOG melaksanakannya dengan baik dan mentaati peraturan tersebut sehingga pelaksanaan BULOG dapat berjalan dengan baik.

2. Penerapan Peraturan Pengawasan Kerja

Pada penerapan peraturan pengawasan kerja ini, Perum BULOG Kanwil Jawa Timur telah menetapkan berbagai peraturan pengawasan untuk mengawasi pekerjaan pegawai BULOG. Pada peraturan pengawasan ini bagian pengawasan selalu memantau adanya tata kelola perusahaan Perum BULOG baik pusat maupun daerah. Pada pihak pengawasan melakukan evakuasi dalam rangka meningkatkan pertanggung jawaban, dan adil agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional. Dengan adanya peraturan pengawasan tersebut perusahaan mudah untuk menilai secara berkala dan merekomendasikan tentang pengembangan kebijakan dan strategi dibidang industri, perdagangan, jasa dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan. Pada peraturan yang telah dibuat oleh Perum BULOG Kanwil Jawa Timur, peraturan pengawasan yang telah dijalankan dilaksanakan dengan baik, sehingga pelaksanaan BULOG dapat berjalan dengan lancar.

3. Penerapan Peraturan Lingkungan Kerja

Pada penerapan peraturan lingkungan kerja ini, Perum BULOG Kanwil Jawa Timur telah menetapkan berbagai peraturan terhadap lingkungan kerja di sekitarnya. Lingkungan kerja sangatlah penting diperhatikan untuk kenyamanan bagi pegawai. Pada peraturan lingkungan kerja untuk menghindari berbagai macam bahaya mulai dari kebakaran dan kecelakaan dalam bekerja, pegawai BULOG menjaga dengan

membuang sampah pada tempatnya dan memiliki tempat untuk merokok sendiri supaya polusi di dalam kantor tetap sehat dan terjaga. Lingkungan udara juga perlu diperhatikan dengan adanya pertukaran udara dengan baik, dengan pertukaran udara tersebut pegawai BULOG menjaga ventilasi udara tetap sehat. Pada peraturan yang telah dibuat oleh Perum BULOG Kanwil Jawa Timur, pegawai BULOG telah melaksanakan peraturannya dengan baik sehingga pelaksanaan BULOG dapat berjalan dengan lancar.

C. Hasil Analisis

1. Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Efektivitas Kerja

Disiplin kerja menunjukkan suatu kondisi atau sikap hormat yang ada pada diri karyawan terhadap peraturan dan ketetapan perusahaan. Menurut Beach, 2002 disiplin kerja memiliki 2 pengertian. Arti yang pertama, melibatkan belajar atau mencetak perilaku dengan menerapkan imbalan atau hukuman. Arti kedua lebih sempit lagi, yaitu disiplin ini hanya berkaitan dengan tindakan hukuman terhadap pelaku kesalahan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja adalah sikap mental atau keadaan seseorang atau kelompok organisasi dimana dia berniat patuh, taat, dan tunduk terhadap peraturan, perintah, ketentuan yang berlaku serta mampu mengendalikan diri dari dorongan kepentingan dalam upaya pencapaian cita-cita dan tujuan tertentu serta memelihara stabilitas organisasi dan menjalankan standar-standar organisasional.

Variabel X1 (Disiplin Kerja) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Efektivitas Kerja) ditunjukkan oleh hasil signifikan yang diperoleh t hitung sebesar 1,673 sedangkan t tabel 2,042 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,105 > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak dengan nilai kolerasi sebesar 0,315. Hal ini berarti bahwa Disiplin Kerja (X1) secara parsial tidak terjadinya pengaruh yang signifikan terhadap Efektivitas Kerja (Y).

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Setiawan (2013) dalam jurnalnya menyimpulkan: “nilai uji t untuk variabel disiplin kerja adalah sebesar -0,102 dengan probabilitas signifikansinya 0,678. Karena nilai koefisiennya berbanding terbalik yaitu -0,102 maka disiplin kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap efektivitas kerja”.

2. Pengaruh Pengawasan Kerja terhadap Efektivitas Kerja

Dalam suatu organisasi, perusahaan swasta maupun instansi pemerintah pasti memiliki tujuan yang hendak dicapai. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, perusahaan maupun instansi pemerintah akan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan. Dalam pelaksanaan sering kali dijumpai permasalahan yang akan menghambat pencapaian tujuan. Masalah yang muncul antara lain berkaitan dengan waktu yaitu tidak terselesaikannya suatu tugas dengan baik, tidak ditepatinya waktu penyelesaian (*deadline*). Menurut Robert J. Mockler (2003) pengawasan kerja adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Variabel X2 (Pengawasan Kerja) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Efektivitas Kerja) ditunjukkan oleh hasil signifikan yang diperoleh t hitung sebesar 0,652 sedangkan t tabel 2,042 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,519 > 0,05 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak dengan nilai kolerasi sebesar 0,163. Hal ini berarti bahwa Pengawasan Kerja (X2) secara parsial tidak terjadinya pengaruh yang signifikan terhadap Efektivitas Kerja (Y).

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Marsaoly (2016) dalam jurnalnya menyimpulkan: “dari hasil nilai uji t untuk variabel pengawasan kerja adalah sebesar -0,100 dengan probabilitas signifikansinya 0,688. Karena nilai koefisiennya berbanding terbalik yaitu -0,100 maka pengawasan kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap efektivitas kerja”.

3. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Efektivitas Kerja

Lingkungan kerja dalam suatu organisasi sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak pimpinan instansi pemerintah. Penataan serta penyusunan suatu sistem kerja yang baik tidak akan dapat dilaksanakan dengan efektif bila tidak didukung oleh lingkungan tempat kerja yang baik dan kondusif. Lingkungan kerja adalah lingkungan dimana pegawai melaksanakan tugas-tugas sehari-hari. Seperti pendapat Agus Ahyari (1994) bahwa secara umum lingkungan kerja di dalam perusahaan merupakan lingkungan dimana para karyawan melaksanakan tugas dan pekerjaannya sehari-hari. Dengan demikian lingkungan kerja merupakan salah satu

faktor dominan dalam aktivitas suatu organisasi. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar para pekerja atau pegawai baik kondisi-kondisi material maupun psikologis dalam organisasi, yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas dan pekerjaan sehari-hari yang telah di bebankan kepadanya.

Terdapat pengaruh positif variabel X3 (Lingkungan Kerja) terhadap variabel Y (Efektivitas Kerja) ditunjukkan oleh hasil signifikan yang diperoleh t hitung sebesar 3,429 sedangkan t tabel 2,042 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,002 > 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima dengan nilai korelasi sebesar 0,384. Hal ini berarti bahwa Lingkungan Kerja (X3) secara parsial terjadinya pengaruh yang signifikan terhadap Efektivitas Kerja (Y).

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Diana Sulistyorini (2006) dalam jurnalnya menyimpulkan: “Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai rhitung > rtabel atau 0,493 > 0,312 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak pada taraf signifikan 5% yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja terhadap efektivitas kerja pegawai pada Dinas pekerjaan Umum dan Lalu Lintas angkutan Jalan Kabupaten Karanganyar Tahun 2006”.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil prosedur pada peraturan disiplin, pengawasan, dan lingkungan kerja yang telah dibuat oleh perusahaan, telah diketahui dan telah disetujui oleh seluruh pegawai di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur dengan memiliki buku peraturan-peraturan pada masing-masing pegawai.
2. Berdasarkan hasil penerapan peraturan disiplin, pengawasan, dan lingkungan kerja yang telah ditetapkan perusahaan, seluruh pegawai tetap yang ada di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur telah menjalankan dan mematuhi dengan baik.
3. Berdasarkan hasil dari pengaruh disiplin kerja, pengawasan kerja, dan lingkungan kerja terhadap efektivitas kerja yaitu adanya pengaruh lingkungan kerja terhadap efektivitas kerja, sedangkan disiplin kerja dan pengawasan kerja

tidak berpengaruh terhadap efektivitas kerja pegawai di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, adapun saran yang dapat diberikan kepada Perum. BULOG Kanwil Jawa Timur, yaitu:

1. Agar mencapai tujuan yang diinginkan instansi harus tetap menjaga atau mempertahankan disiplin kerja dan pengawasan kerja para pegawai serta meningkatkannya lagi walaupun disiplin kerja dan pengawasan kerja tidak ada pengaruhnya terhadap efektivitas kerja pegawai. Dengan cara menegur atau sampai memberi sanksi pada pegawai yang melanggar aturan yang ada sesuai tingkat kesalahannya serta memberikan reward atau pengakuan jika pegawai tersebut menjadi pegawai yang teladan.
2. Agar mencapai tujuan yang diinginkan instansi, perusahaan juga harus tetap menjaga dan mempertahankan lingkungan kerja yang ada di Perum BULOG Kanwil Jawa Timur karena terjadinya pengaruh terhadap efektivitas kerja pegawai. Pegawai BULOG dengan saling menegur dan menjaga kebersihan lingkungan kantor agar tetap terlihat rapi dan nyaman untuk semua pegawai yang ada di BULOG.
3. Selain itu instansi harus tetap memberikan motivasi yang lebih kepada pegawai agar pegawai semakin terpacu untuk menjadi yang terbaik dalam melakukan tugas yang telah dibebannya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberikan pekerjaan atau kegiatan yang dapat memacu pegawai agar mereka termotivasi untuk terus berprestasi berupa pekerjaan yang memiliki tingkatan kesulitan yang lebih tinggi dan jika telah menyelesaikan satu tugasnya maka disertai dengan memberinya reward atau pengakuan jika pekerjaan yang dibebankan padanya telah selesai dilakukan.
4. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya penelitian yang dilakukan tidak hanya sebatas lingkup BULOG saja tetapi lebih diperluas lagi ke instansi-instansi lainnya dalam lingkup pemerintahan atau perusahaan swasta serta mencari pengaruh lain terhadap efektivitas kerja pegawai dan tidak sebatas disiplin kerja,

pengawasan kerja, dan lingkungan kerja, dengan variabel yang tentu saja berpengaruh terhadap efektivitas kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ahyari. 2011. Manajemen Produksi. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Alex S. Nitisemito. 2008. Manajemen Personalia. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Beach, D. S. 2002. The Management of People at Work, New Work : Mc Millan Publishing Co., inc
- Bintang Narpati. 2017. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pengawasan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Bekasi Juanda, Vol. 17. No. 1
- Dessler, G. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia (edisi bahasa Indonesia). Jakarta.
- Dr. T. Hani Handok, M.B.A (2003). Manajemen Edisi Kedua. BPFE-Yogyakarta
- Eti Dwi Rahayu (2006). Pengaruh Disiplin Kerja dan Pengawasan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Badan Kepegawaian Daerah Kota Semarang, 92halaman, 8 tabel, 1 gambar
- Fatimah, N. L., & Wibawanto, H. (2015). Implementasi Pengoptimalan Biaya Transportasi dengan North West Corner Method (NWCN) dan Stepping Stone Method (SSM) untuk Distribusi Raskin pada Perum Bulog Sub Divre Semarang. *Jurnal Edu Komputika* , 48-54.
- H. J. Hartman, “*The organizational reproduction of inequality*”, *Academy of Management Annals*, vo. 14, no. , pp. 1-36 2020.
- Hasibuan, Malayu S. P 2012, Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Keenam belas, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Jeanette Helissa (2014). Pengaruh Pengawasan Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Karimun. Skripsi Thesis, Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Lubis, H Ibrahim, 2004, Pengendalian dan Pengawasan Proyek dalam Manajemen. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Marwansyah. 2010. “Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua”. Bandung. Alfabeta.
- Mathis, Robert. L dan Jackson, John H. (2001) Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama-Jakarta : Salemba Empat.
- Mukyadi. (2007). Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen. Salemba Empat. Jakarta
- Nitisemito, Alek S. 2000. “Manajemen Personalia, Edisi Kedua”. Jakarta. Ghaila Indonesia.
- Nitisemito, Alek S. 2001. “Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar”. Jakarta. Ghaila Indonesia.

- Pof. Dr. H. Edy Sutrisno. M.Si. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama. 2009. Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT)
- Pratama, dani (2006). Pengaruh didiplin kerja terhadap efektivitas kerja uitdiklat pt. Pindad Bandung
- Prawirosentono, S. 2001. Kebijakan Menilai Kinerja Karyawan. BPFE. Yogyakarta.
- Ranupandoyo, Hedjrahman, 2005. Prinsip Pendisiplinan. Yogyakarta : FE UGM.
- Relly, Frank K., dan Keith C Brown. (2003), Investment Analysis and Portofolio Managemen Seventh Edition, Ohio : Thomson South-Western
- Rivai, Vetihzal, 2005. Manajemen Sumber Daya Manusi untuk Perusahaan, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Robbins, Stephen P. 2002. "Perilaku Organisasi". Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. PT Indeks Gramedia.
- Robert J. Mockler, (2003), The Management Control Proce, dialihbahasakan oleh Handoko, Englewood Cliffs, Prentice Hal
- Sedarmayanti. 2001. "Sumber Daya Manusia dan Produktivitas kerja". Jakarta. Mandig Maju.
- Setiawan, A.B (2010). Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Grogol Petamburan. Tesis Pascasarjana. Universitas Mercubuana Jakarta.
- Siagian, Sondang P (2014), Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kesembilan, Bumi Akasara
- Siagian, Sondang P, 2014. Sumber Daya Manajemen Manusia, Jakarta :Bumi Aksara
- Simanjuntak, P. 2005. Manajemen dan Evaluasi Kinerja. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Singodimedjo, MARKUM. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Surabaya : SMMAS
- Soekarno dan Indriyo. 2000. Lingkungan Kerja. Jakarta: Bina Aksara.
- Steers Richard. M..2005. Efektivitas Organisasi. (Terjemahan). Jakarta : Erlangga
- Sukarna, 2007. Teknik Pengawasan Pegawai. Jakarta : Jaya Sakti
- Syamsuddin, A.R. Kadir, & S. Alam, "*Improving performance of civil servants: The effect of leadership, work motivation and competence,*" *hasanuddin Journal of Applied Business andEntrepreneurship*, vol. 3 no. 1, 2020.
- Winarni. (2010). Azaz-azaz Manajemen, Bandung : Alumni.
- Zubir Syahputra (2012). Pengaruh Pengawasan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Dinas Pengelolaan Keuangan Da Kekayaan Aceh Provinsi Aceh, Jurnal Manajemen Pascasarjana Univ Syia

MENCERMATI KONSUMSI SUSU DAN BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

Syarif Imam Hidayat, Erika Dewi Anggraeni

Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: syarifimamhidayat@yahoo.com

ABSTRAK

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengembangan sektor agribisnis, salah satu sektor yang dapat dikembangkan adalah sektor peternakan. Susu merupakan salah satu produk peternakan yang dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat. Pada Tahun 2019, konsumsi susu Indonesia tercatat sebesar 16,23 liter/kapita/tahun. Konsumsi susu Indonesia masih relatif rendah dibandingkan Singapura dan Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat mengonsumsi susu. Data diperoleh dari wawancara melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan analisis deskriptif. Faktor yang mempengaruhi konsumsi susu masyarakat diduga dipengaruhi oleh pengetahuan gizi, pendapatan, kebiasaan mengonsumsi harga susu dan ketersediaan susu. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan mengonsumsi, pendapatan dan harga mempengaruhi konsumsi susu masyarakat. Sedangkan faktor yang tidak berpengaruh adalah pengetahuan gizi dan ketersediaan produk susu. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa faktor yang berpengaruh paling nyata adalah dari karakteristik masyarakat atau individu. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh adalah pendapatan dan harga susu yang mempengaruhi keinginan untuk mengonsumsi susu.

Kata kunci: Susu, Tingkat Konsumsi Susu, Masyarakat, Faktor Yang Mempengaruhi

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam pengembangan bidang agribisnis, hal ini dapat dilihat dari ketersediaan sumber daya yang belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Salah satu sektor yang dapat dikembangkan adalah sektor peternakan karena sektor peternakan ini berperan penting untuk memenuhi kebutuhan pangan hewani masyarakat. Diketahui bahwa kandungan gizi hasil ternak beserta produk olahannya mempunyai kandungan nilai gizi lebih baik dibandingkan dengan protein yang berasal dari tumbuh-tumbuhan (nabati). Serta dalam rangka mencapai tujuan pembangunan peternakan harus lebih diarahkan pada pengembangan peternakan yang lebih maju melalui penggunaan teknologi tepat guna, efisien dan produksi berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan taraf hidup peternak. Susu merupakan salah satu produk hasil peternakan yang menjadi konsumsi sehari-hari oleh masyarakat, serta susu sangat bermanfaat bagi seluruh kalangan usia. Karena susu memiliki kandungan gizi yang

lengkap dan seimbang serta susu mengandung banyak kalsium yang memiliki manfaat untuk pertumbuhan tulang dan gigi.

Tindakan konsumsi setiap hari dilakukan oleh siapapun tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dengan terpenuhinya semua kebutuhan. Sukirno (2010) menjelaskan, bahwa konsumsi rumah tangga adalah nilai belanja yang dilakukan oleh rumah tangga untuk membeli berbagai jenis kebutuhannya dalam satu tahun tertentu. Pendapatan yang diterima oleh rumah tangga akan digunakan untuk membeli makanan, membiayai jasa angkutan, membayar pendidikan anak, membayar sewa rumah dan membeli kendaraan. Konsumsi susu Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan namun tidak diimbangi dengan peningkatan produksi susu dalam negeri, maka akan terjadi kesenjangan. Kebutuhan penduduk yang terus meningkat membuat negara akan terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Salah satunya adalah bekerja sama dengan negara lain untuk melakukan impor susu demi memenuhi kebutuhan konsumsi susu nasional.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada Tahun 2019 konsumsi susu Indonesia sebesar 16,23 liter/kapita/tahun. Jumlah ini telah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 0,20 liter/kapita/tahun. Walaupun dikatakan meningkat, jumlah konsumsi susu masyarakat Indonesia masih termasuk rendah dibandingkan konsumsi susu negara di Asia Tenggara. Negara Brunei mengonsumsi susu sebanyak 129,1 liter/kapita/tahun, Malaysia mengonsumsi susu sebesar 50,9 liter/kapita/tahun, Singapura mengonsumsi susu sebesar 46,1 liter/kapita/tahun dan Vietnam mengonsumsi 20,1 liter/kapita/tahun (Outlook Susu, 2019). Konsumsi susu di Indonesia dikatakan mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun masih tergolong rendah di Asia Tenggara. Di Indonesia sebenarnya upaya peningkatan konsumsi susu sudah sejak lama dilakukan, salah satunya oleh Prof. Poorwo Sudarmo telah mencetuskan semboyan empat sehat lima sempurna pada tahun 1950-an. Dimana susu merupakan pelengkap kelima. Tetapi upaya yang sudah dilakukan selama ini untuk meningkatkan konsumsi susu per kapita, tampaknya masih belum memberikan hasil yang memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumsi per kapita Indonesia yang masih rendah per tahunnya dari jumlah anjuran Kementerian Kesehatan.

Penentuan karakteristik produk susu tersebut berdasarkan pada persepsi susu masyarakat Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia beranggapan bahwa susu merupakan produk untuk dikonsumsi oleh anak-anak dan balita sebagai diet pelengkap dengan kandungan lemak tinggi (Ahmad dan Hermiyetti, 2020). Akibatnya masyarakat merasa bahwa minum susu bukanlah sebagai prioritas utama, sehingga dapat diabaikan. Masyarakat lebih memprioritaskan mengonsumsi makanan yang mengenyangkan dan lebih murah, serta sebagian masyarakat juga menilai bahwa minum susu dapat menyebabkan kegemukan sehingga harus dihindari.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi susu di kalangan masyarakat. Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi bermanfaat bagi industri agribisnis susu yang membutuhkan informasi terkait konsumsi susu di kalangan masyarakat dalam menentukan strategi pemasarannya dan bagi pemerintah dalam menetapkan alat kebijakan yang lebih baik tentang konsumsi susu bagi masyarakat. Bagi konsumen, hasil penelitian merupakan informasi berharga yang dapat menjadi masukan berharga dalam mempertimbangkan mengonsumsi susu.

METODE PENELITIAN

Pengambilan data menggunakan metode survei dengan kuesioner terstruktur. Responden penelitian adalah Orang tua dengan anak usia 0-14 tahun, remaja dengan usia 15-25 tahun dan dewasa dengan usia >25 tahun. variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah pengetahuan gizi susu, pendapatan per bulan, kebiasaan mengonsumsi susu, harga susu dan ketersediaan susu. Yang nantinya dilihat adakah hubungan dengan konsumsi susu masyarakat.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang mengonsumsi susu, baik susu segar maupun susu kemasan (UHT, Bubuk, Kental manis). Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan metode *quota sampling* untuk memilih responden pada penelitian ini. Penentuan besarnya jumlah responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh responden. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sugiyono (2017) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala Likert untuk mendapatkan pendapat tentang harga susu dan ketersediaan skala interval dan rasio untuk menentukan pengetahuan gizi, pendapatan dan kebiasaan mengonsumsi susu. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan data yang telah di dapatkan dari hasil analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian (n = 60)

Karakteristik		Jumlah	Karakteristik		Jumlah
Usia Responden	15-25 Th	20	Jenis Susu Yang Dikonsumsi	Susu Segar	-
	26-35 Th	39		Susu Cair	27
	>35 Th	1		Susu Bubuk	29
			Susu Kental Manis	4	
Usia anak Responden (20 Responden)	0 – 5 Th	17	Ukuran Konsumsi dalam satu hari	< 1 gelas	37
	6 – 14 Th	3		1 gelas	8
				≥ 2 gelas	15
Tingkat Pendidikan Responden	SMP	1	Pendapatan	< Rp 3.000.000	33
	SMA/SMK	16		Rp 3.000.000 –	18
	D I/II/III/IV	7		Rp 4.500.000	
	Sarjana (S1)	34		>Rp 4.500.000	9
	Pascasarjana (S2)	2			

Tabel 1. menunjukkan karakteristik responden penelitian, antara lain meliputi: Usia responden penelitian sebagian besar berusia 26-35 tahun, rata-rata responden memiliki anak usia 0-5 tahun. Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan tamat SMA, D I/II/III/IV dan Sarjana (S1). Pada penelitian ini ditemukan bahwa tingkat. Pada penelitian ini ditemukan bahwa rata-rata responden penelitian adalah lulusan Sarjana. Jenis susu yang banyak dikonsumsi adalah susu cair dan susu bubuk. Hal ini sejalan dengan pernyataan Prastiwi dan Setiyawan (2016), yang menyatakan bahwa jenis susu cair yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat perkotaan dan pedesaan adalah susu UHT yang dapat dengan mudah didapatkan dari minimarket. Ukuran konsumsi susu responden rata-rata < 1 gelas dalam sehari. Pendapatan responden per bulan < Rp 3.000.000 lebih banyak

yakni mencapai 33 responden, dibandingkan dengan pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000 yang hanya berjumlah 18 responden dan pendapatan > Rp 4.500.000 hanya berjumlah 9 responden. Hal ini menunjukkan rata-rata responden memiliki pendapatan per bulan tergolong rendah.

A. Kuantitas Konsumsi Susu Responden

Tabel 2. Kuantitas Konsumsi Susu Responden

No.	Kuantitas	N	SB	%	SC	%	SKM	%
1.	Rendah	37	17	28%	16	27%	4	9%
2.	Sedang	8	1	2%	7	12%	0	0
3.	Baik	15	11	18%	4	7%	0	0
	Jumlah	60	29	48%	27	46%	4	6%

Pada Tabel 1. dapat dilihat jenis susu yang dikonsumsi responden. Jenis susu yang direkomendasikan untuk konsumsi adalah susu cair dengan konsumsi minimal 1 gelas setiap hari (setara dengan 200 ml) untuk dewasa dan minimal 2 gelas (setara dengan 400ml) untuk anak-anak terutama untuk kesehatan tulang (Azkiya, 2020). Sehingga dianjurkan bagi masyarakat untuk mengonsumsi susu cair untuk membantu mencukupi kebutuhan gizi hariannya. Susu UHT merupakan jenis susu yang paling baik dikonsumsi karena melalui proses pengolahan yang minim sehingga dapat mempertahankan nilai gizinya (Riawati, 2014). Hasil penelitian menunjukkan jumlah konsumsi susu bubuk tinggi yakni (48%) dan susu cair (46%). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat akan konsumsi susu yang memiliki kandungan gizi tinggi adalah susu cair dan susu bubuk, bukan susu kental manis yang kurang sehat bila dikonsumsi. Tingginya jumlah konsumsi susu bubuk dikarenakan orang tua akan mendahulukan kebutuhan gizi anaknya dibandingkan dengan dirinya sendiri, karena anak dalam masa pertumbuhan.

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Susu Responden

Tidak terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan gizi secara parsial terhadap variabel konsumsi susu. Sehingga semakin tinggi pengetahuan gizi responden tidak otomatis mempengaruhi jumlah konsumsi susu yang dilakukannya. Pengetahuan gizi yang baik umumnya akan berdampak pada asupan yang lebih baik, namun belum tentu dapat membuat seseorang mempunyai pola makan yang sehat. Oleh

sebab itu, pengetahuan gizi yang baik juga harus disertai dengan praktik dalam kehidupan sehari-hari (Sebayang AN, 2012). Artinya pengetahuan gizi responden penelitian ini memiliki pengetahuan yang baik, namun pada praktiknya tidak diaplikasikan dalam konsumsi sehari-hari yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Notoatmodjo (2011), pengetahuan dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan sebagai berikut : 1) Tahu (*Know*), tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. 2) Memahami (*Comprehension*), memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui. 3) Aplikasi (*Application*), aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari. 4) Analisis (*Analysis*), analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau objek ke dalam komponen-komponen. 5) Sintesis (*Synthesis*), sintesis menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. 6) Evaluasi (*Evaluation*), evaluasi yaitu kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Artinya terdapat tahapan pengetahuan yang mempengaruhi perilaku responden untuk dapat mempraktikkan pengetahuan yang dimilikinya.

Tabel 2. Hasil SPSS *Coefficients* Pengaruh Konsumsi Susu Setiap Variabel

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	2194.852	2412.898		.910	.367
Pengetahuan Gizi	52.121	427.572	.010	.122	.903
Pendapatan Kebiasaan	1184.983	331.246	.339	3.577	.001
Mengonsumsi Susu	1205.490	290.008	.368	4.157	.000
Harga Susu	-1176.433	347.634	-.319	-3.397	.001
Ketersediaan Susu	511.251	779.968	.051	.655	.515

Terdapat pengaruh antara variabel pendapatan secara parsial terhadap variabel konsumsi susu. Sehingga semakin tinggi pendapatan responden maka semakin tinggi jumlah konsumsi susu yang dilakukannya. Pendapatan memiliki pengaruh nyata terhadap konsumsi susu masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang atau keluarga maka semakin tinggi pula konsumsi susunya. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Azkiya, 2020) yang menyatakan bahwa

faktor pendapatan keluarga berpengaruh terhadap tingkat konsumsi susu, semakin tinggi pendapatan keluarga semakin tinggi pula tingkat konsumsinya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pendapatan seseorang atau keluarga tinggi maka dapat memenuhi kebutuhan pokoknya dan memiliki pendapatan lebih untuk membeli produk susu sebagai tambahan nutrisi yang dibutuhkan tubuh.

Menurut Maulidiyah (2017) menyatakan bahwa tingginya jumlah pendapatan seseorang atau rumah tangga dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli susu dan mengonsumsinya, dikarenakan kebutuhan pokok rumah tangga sudah dapat tercukupi. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pendapat sangat berpengaruh terhadap seseorang untuk mengonsumsi susu dikarenakan kemampuan untuk membeli produk susu.

Terdapat pengaruh antara variabel kebiasaan mengonsumsi susu secara parsial terhadap variabel konsumsi susu. Sehingga semakin sering responden mengonsumsi susu maka semakin tinggi jumlah konsumsi susu yang dilakukannya. Kebiasaan mengonsumsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi susu masyarakat. Semakin tinggi tingkat kebiasaan mengonsumsi susu, artinya semakin tinggi pula konsumsi susunya. Karena kebiasaan merupakan kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang, sehingga apabila terbiasa mengonsumsi susu secara otomatis akan selalu mengonsumsi susu. Artinya untuk meningkatkan konsumsi susu masyarakat Indonesia, diperlukan pemberian arahan ataupun rujukan untuk terbiasa mengonsumsi susu.

Menurut Dwipangesti (2014) menyatakan bahwa budaya minum susu yang lebih melekat pada masyarakat akan meningkatkan jumlah konsumsi susu yang dilakukan oleh masyarakat di daerah tersebut. Dengan demikian untuk meningkatkan jumlah konsumsi susu pada masyarakat dapat dimulai dengan membiasakan untuk mengonsumsi susu di usia anak-anak karena akan menjadi budaya ataupun kebiasaan.

Terdapat pengaruh antara variabel harga susu secara parsial terhadap variabel konsumsi susu. Sehingga semakin tinggi harga susu maka semakin rendah jumlah konsumsi susu yang dilakukannya. Harga jual susu yang tinggi dapat mengurangi daya beli masyarakat untuk membeli produk susu dan mengonsumsinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Dwipangesti (2014) yang menyatakan bahwa harga jual

susu yang cenderung murah, dapat meningkatkan jumlah pembelian susu dan konsumsi susu di kalangan mahasiswa Indonesia dan Malaysia. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi susu masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mahal harga produk susu semakin sedikit jumlah konsumsinya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan pendapatan berpengaruh terhadap konsumsi susu.

Karena apabila harga susu semakin mahal dan pendapatan tidak mengalami kenaikan daya beli masyarakat terhadap produk susu akan turun, terjadi sebaliknya juga. Untuk meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk susu, harga produk susu harus stabil agar semua kalangan masyarakat dapat membelinya. Untuk menstabilkan harga produk susu dapat dilakukan dengan cara meningkatkan produksi susu dalam negeri dan mengurangi impor susu. Walaupun pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan untuk mendukung industri susu dalam negeri seperti memanfaatkan seluruhnya produksi susu dalam negeri sebagai olahan susu untuk anak-anak sekolah setiap paginya.

Tidak terdapat pengaruh antara variabel ketersediaan susu secara parsial terhadap variabel konsumsi susu. Sehingga semakin banyak persediaan susu di pasaran maka tidak mempengaruhi jumlah konsumsi susu. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Muhamad Shodiq selaku pemilih peternakan sapi perah dan usaha susu sapi segar Mister Moo pada tanggal 19 Juni 2021 yang menyatakan bahwa:

“...Biasanya saya menyediakan susu segar sebanyak 130 liter yang dibungkus plastik sak liter, sehari saya bisa menjual 70 literan ke pelanggan langganan saya dan kira-kira 30 liter pembeli kadang-kadang datang beli ke rumah...”

Adapun terjemahan dalam Bahasa Indonesianya sebagai berikut:

“...Biasanya saya menyediakan susu segar sebanyak 130 liter yang dibungkus plastik 1 liter, sehari saya bisa menjual 70 liter ke pelanggan langganan saya dan sekitar 30 liter pembeli kadang-kadang datang membeli ke rumah...”

Banyaknya jumlah ketersediaan produk susu di pasaran tidak mempengaruhi jumlah konsumsi susu yang dilakukan oleh responden. Seperti yang telah dipublikasikan oleh PT. Ultra Jaya pada tahun 2019 menyatakan terdapat 62,6% produk susu UHT terjual dari jumlah keseluruhan produksi susu pada tahun 2019 (<https://www.ultrajaya.co.id/>, 2019).

Ketersediaan produk dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi individu maupun kelompok. Hal ini sejalan dengan pernyataan Dwipangesti (2014) yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat ketersediaan suatu produk, maka semakin tinggi pula preferensi konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut. Namun pada penelitian ini ketersediaan susu tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi susu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, semakin banyak produk susu di pasaran tidak mempengaruhi keinginan masyarakat untuk mengonsumsi susu. Jadi permasalahan rendahnya konsumsi susu tidak tergantung banyaknya stok yang tersedia dan beredar di masyarakat, melainkan keinginan masyarakat dalam mengonsumsi makanan dan minuman yang dapat menentukan tingkat konsumsi susu.

Rendahnya tingkat konsumsi susu masyarakat tidak dipengaruhi oleh pengetahuan gizi ataupun ketersediaan produk yang kurang. Melainkan oleh pendapatan, harga dan kebiasaan mengonsumsi. Semakin tinggi pendapat, daya beli masyarakat juga semakin tinggi. Sedangkan semakin rendah harga kemampuan masyarakat untuk membeli juga semakin tinggi. Begitu juga dengan kebiasaan mengonsumsi susu dapat meningkatkan jumlah konsumsi susu masyarakat. Dengan rendahnya pendapat dan tingginya harga, masyarakat akan lebih memilih membeli produk makan pokok dibanding susu yang dianggap sebagai makanan pelengkap, sesuai dengan slogan 4 sehat 5 sempurna. Oleh sebab itu untuk meningkatkan konsumsi susu masyarakat harus ada pembaharuan persepsi atau pandangan terhadap masyarakat bahwa minum susu merupakan kebutuhan nutrisi harian bukan sebagai pelengkap menu makanan seimbang.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi susu adalah sebagai berikut:

1. Jenis susu yang banyak di konsumsi adalah susu bubuk, menyebabkan rata-rata konsumen yang membeli produk susu adalah orang tua yang memiliki anak usia balita ataupun pada masa pertumbuhan. Selanjutnya didominasi oleh susu cair dan setelahnya baru susu kental manis. Hasil penelitian menunjukkan kuantitas konsumsi susu masyarakat masih rendah yakni hanya sebesar 73,3%.

2. Faktor yang mempengaruhi konsumsi susu masyarakat diduga dipengaruhi oleh pengetahuan gizi, pendapatan, kebiasaan mengonsumsi harga susu dan ketersediaan susu. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan mengonsumsi, pendapatan dan harga mempengaruhi konsumsi susu masyarakat.
3. Sedangkan faktor yang tidak berpengaruh adalah pengetahuan gizi dan ketersediaan produk susu. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa faktor yang berpengaruh paling nyata adalah dari karakteristik masyarakat atau individu. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh adalah pendapatan dan harga susu yang mempengaruhi keinginan untuk mengonsumsi susu.

SARAN

Saran dan masukan dari penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi susu adalah sebagai berikut: Program yang dapat dilakukan adalah dengan cara memberlakukan kebiasaan minum susu sejak usia dini. Program pemerintah yang dapat dijalankan adalah minum susu setiap pagi bagi siswa sekolah. Hal ini dapat meningkatkan minat konsumsi susu melalui kebiasaan sejak usia dini. Pemerintah dapat memberlakukan kebijakan harga jual eceran pada produk susu cair, bubuk maupun susu kental manis dengan harga yang lebih terjangkau, agar semua kalangan masyarakat dapat membeli dan mengonsumsi susu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I. & Hermiyeti. (2020). *Analisis Produksi Dan Konsumsi Susu Di Indonesia (Analysis of Milk Production and Consumption in Indonesia)*. Semiloka Nasional Prospek Industri Sapi Perah Menuju Perdagangan Bebas. 413-419. *Puslitbang Peternakan, Prosiding*, 7. <http://peternakan.litbang.deptan.go.id/fullteks/lokakarya/loksp08-58>
- Azkiya, Saila & Ismawati, R. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Susu Anak Sekolah Dasar Madrasah Ibtidaiyah Fie Sabilil Muttaqien Tempurejo Kabupaten Ngawi*. E-Journal Boga, 5(1), 118–123. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Konsumsi Susu Indonesia 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dwipangesti, Dinda Ayuvalira. 2014. *Analisis Konsumsi Susu Pada Mahasiswa Indonesia dan Malaysia*. SKRIPSI Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor.

- Kementrian Pertanian. (2019). *Outlook Susu*. Jakarta: Kementrian Pertanian Republik Indonesia.
- Maulidiyah, Irma Rubiyatun. 2017. *Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Susu Rumah Tangga*. SKRIPSI. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Malang: Universitas Brawijaya.
- Octavia, S. A. (2015). *Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Susu Pada Remaja*. Journal Majority, 4 (November), 89–92. <http://juke.kedokteran.unila.ac.id/index.php/majority>
- Prastiwi, W. D., & Setiyawan, H. (2016). *Perilaku Konsumsi Susu Cair Masyarakat Di Daerah Perkotaan Dan Pedesaan (Milk Consumption Behavior of Urban and Rural Communities)*. Agriekonomika, 5(1), 41. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v5i1.996>
- Prastiwi, W. D., & Setiyawan, H. (2016). *Persepsi Konsumsi Susu Cair Masyarakat Di Daerah Perkotaan Dan Pedesaan (Perception Of Urban And Rural Communities In Consuming Fluid Milk)*. Agromedia, Vol 34 No I: 27–36. <https://jurnalkampus.stipfarming.ac.id/index.php/am>
- Sebayang AN. 2012. *Gambaran Pola Konsumsi Makanan Mahasiswa di Universitas Indonesia*. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sukirno, Sadono. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syafiq, Ahmad. 2012. *Milk Consumption in Indonesia: Current Situation and Challenges*. Slide of Presentation. Center For Nutrition and Health Studies University of Indonesia.