

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANI TANAMAN
SALAK SIDEMPUAN UNTUK MENINGKATKAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT**

(Studi Kasus : Desa Parsalakan, KecamatanAngkola Barat,
KabupatenTapanuli Selatan)

SKRIPSI

OLEH:

**NAZRI ARISMAN SURYA NASUTION
14.822.0075**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, dan Penulisan Karya Ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UMA

2/10/19

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANI TANAMAN
SALAK SIDEMPUAN UNTUK MENINGKATKAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT**
(Studi Kasus : Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat,
Kabupaten Tapanuli Selatan)

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area*

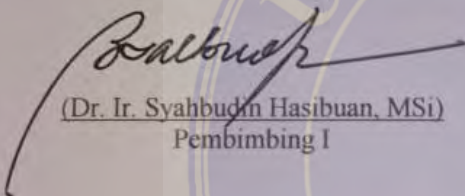
OLEH:
**U
M
A**
NAZRI ARISMAN SURYA NASUTION
14.822.0075


**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Tani Tanaman Salak Sidempuan
Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus :
Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten
Tapanuli Selatan)

Nama : Nazri Arisman Surya Nasution
NPM : 14.822.0075
Fakultas : Pertanian

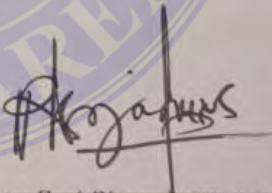
Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


(Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si)
Pembimbing I


(Faoeza Hafiz Saragih, SP, M.Sc)
Pembimbing II

Diketahui :


(Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si)
Dekan Fakultas Pertanian


(Rahma Sari Siregar, SP, M.Si)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 11 April 2019

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Juli 2019

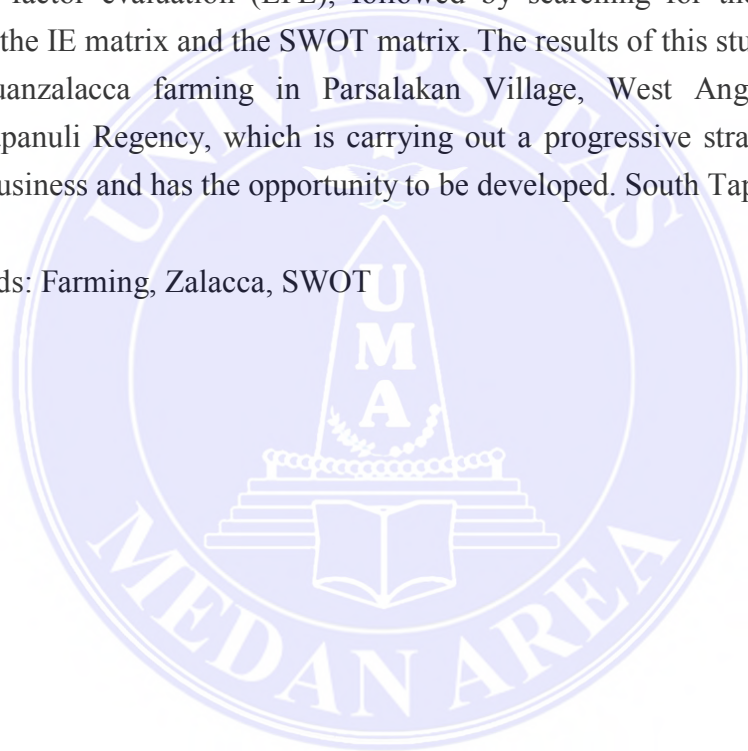


Nazri Arisman Surya Nasution
148220075

ABSTRACT

This study aims to determine the development strategy of Sidempuanzalacca farming in Parsalakan Village, West Angkola District based on socio-economic conditions. The population in this study were all zalacca farmers with the characteristics of having an area of 0.5 - 2 Ha, with 5 years of zalacca farming, the population of zalacca farmers in Parsalakan villages was 560 zalacca farmers, 28 zalacca farmers were sampled 5% of the total population . This study uses a simple random sampling method. The data collection method uses a questionnaire. Data analysis method used is descriptive analysis with the SWOT analysis method by identifying internal factor evaluation (IFE) and identifying external factor evaluation (EFE), followed by searching for the right strategy through the IE matrix and the SWOT matrix. The results of this study indicate that Sidempuanzalacca farming in Parsalakan Village, West Angkola Subdistrict, South Tapanuli Regency, which is carrying out a progressive strategy signifies a strong business and has the opportunity to be developed. South Tapanuli.

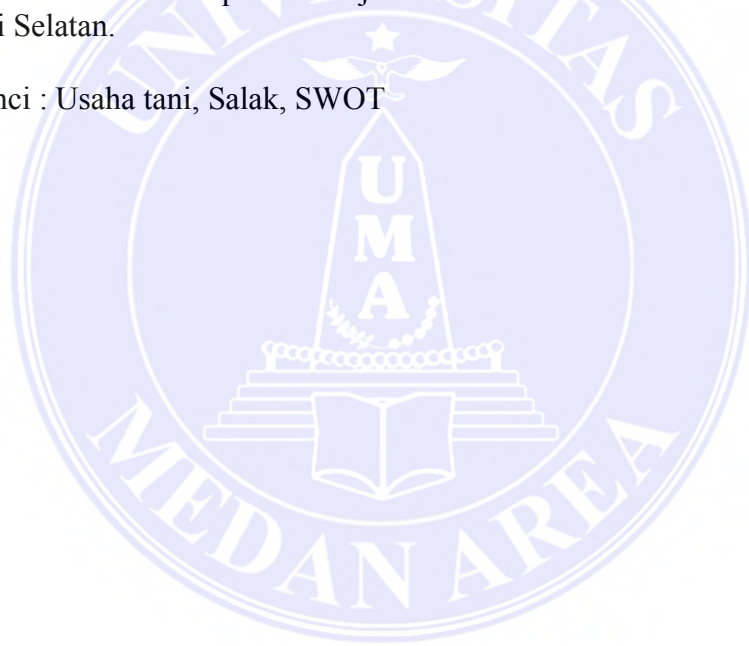
Keywords: Farming, Zalacca, SWOT



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usahatani salak Sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat berdasarkan kondisi sosial ekonomi. Populasi dalam penelitian ini seluruh petani salak dengan karakteristik memiliki luas lahan 0,5 – 2 Ha, dengan lama bertani salak selama 5 tahun, populasi petani salak desa parsalakan berjumlah sebanyak 560 petani salak, maka diambil sampel sebanyak 28 petani salak 5% dari jumlah populasi. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan metode analisis SWOT dengan melakukan identifikasi evaluasi faktor internal (IFE) dan identifikasi evaluasi faktor eksternal (EFE), yang dilanjutkan dengan mencari strategi yang tepat melalui matriks IE dan matriks SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan usaha tani salak Sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan yaitu menjalankan strategi progresif menandakan usaha yang kuat dan berpeluang untuk di kembangkan Dengan mengambil strategi SO dari hasil kuisioner maka usaha tani salak Sidempuan menjadi salah satu komoditi unggulan daerah Tapanuli Selatan.

Kata kunci : Usaha tani, Salak, SWOT



RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Kelurahan Pijorkoling, Padang Sidempuan Tenggara, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Pada tanggal 09 Februari 1996. Anak ke-2 dari 2 bersaudara yang merupakan putra dari ayahanda Habib Yunus Nasution dan Ibunda Insan Lubis. Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 200502 Pijorkoling, Kecamatan Padang Sidempuan Tenggara, Kabupaten Tapanuli Selatan. Kemudian di Madrasah Tsanawiyah Swasta Darul Arafah Raya (Ponpes Darul Arafah Raya) dan Madrasah Aliyah Swasta Darul Arafah Raya (Ponpes Darul Arafah Raya) di Desa Lau Bakeri, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang. Penulis melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Medan Area, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.

Selama menjadi mahasiswa pernah mengikuti Praktek Kerja Lapangan di PTPN IV Unit Kebun Marihat, Simalungun, Sumatera Utara dari bulan Agustus sampai dengan September pada tahun 2017.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'aalamiin

Segalapujidansyukurbagi Allah SubhanaWaTa'ala yang telahmemberikannikmatilmukepadapenulis. TiadadayadankekuatanselainNya, sehinggapenulisdapatmenyelesaikanpenulisanskripsi yang berjudul "StrategiPengembanganUsahataniTanamanSalakSidempuanUntukMeningkatkanPerekonomianMasyarakat (StudiKasus :DesaParsalakan, KecamatanAngkola Barat, KabupatenTapanuli Selatan)". Adapunmaksuddaripenyusunanskripsiiniadalahgunamemenuhisalahsatusyaratuntuk menyelesaikan program S-1 padaFakultasPertanianUniversitas Medan Area.

Skripsiinitidakakanpernahselesaitanpaadanyabantuandariberbagaiipihak.

Olehkarena itupadakesempataninidengankerendahanhati, penulismenyampaikannucapan terimakasih yang setulus-tulusnyakepada yang terhormat:

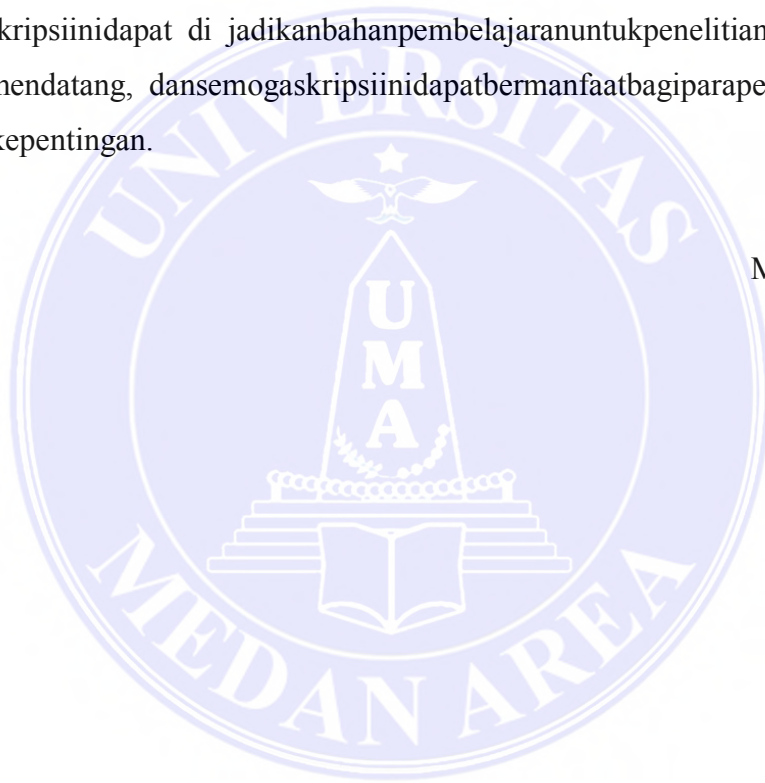
1. Dr. Ir. SyahbudinHasibuan, M.Si. SelakuDekanFakultasPertanianUniversitas Medan Area.
2. Dr. Ir. SyahbudinHasibuan, M.Si. selakuanggotaKomisiPembimbing I yang telahmemberikanbimbingandanarahankepadapenulis
3. Faoeza Hafiz Saragih, SP, M.Sc. Selakuanggotakomisipembimbing II yang telahmemberikanbimbingandanarahankepadapenulis.
4. SeluruhstafDosenFakultasPertanianUniversitas Medan Area yang selamainisangatberjasakarenatelahmemberikanwaktu, tenagadanilmukepadapeneliti.
5. AyahandadanIbundatercinta, BapakHabibYunusNasutiondanIbuInsanLubis, terimakasihatascurahancintadankasihsayang, untaioanda, bantuan, perhatian, motivasidandukunganmoril yang tiadahentikepadapenulisuntukmenyelesaikanstudiini.
6. Teman-temanAgribisnis 2014, terimakasihataspersahabatan, dukungandankerjasamaselamakuliah

7. Seluruh teman-teman di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Program studi Agribisnis dan Agroteknologi 2014.
8. Kepada para petanisa lak di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan.
9. Semuanya pihak yang telah membantudalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat di jadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa mendatang, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya serta pihak yang berkepentingan.

Medan, Juli 2019

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	v
RINGKASAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Pemikiran	7

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tanaman Salak	9
2.2. Kondisi Sosial Ekonomi	11
2.3. Konsep Manajemen Strategis	12
2.4. Strategi Pengembangan Usaha	15
2.5. Analisis SWOT	16
2.5.1. Evaluasi Faktor Internal (IFE)	18
2.5.2. Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	19
2.5.3. Matriks IE	20
2.5.4. Matriks SWOT	21
2.5.5. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT	22
2.6. Penelitian terdahulu	23

BAB III. METODELOGI PENELITIAN

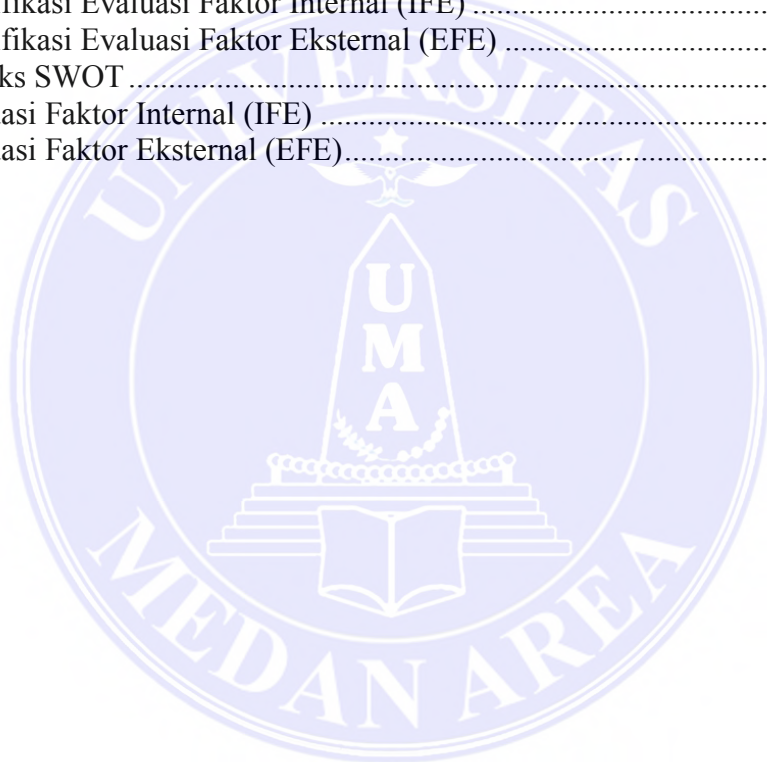
3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian	30
3.2. Metode Pengambilan Sampel	30
3.3. Metode Pengambilan Data	31
3.4. Metode Analisis Data	32
3.4.1. Evaluasi Faktor Internal (IFE)	33
3.4.2. Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	33
3.4.3. Matriks IE	34
3.4.4. Matriks SWOT	34
3.4.5. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT	35
3.5. Definisi Operasional Penelitian	36

BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1. Kondisi Geografis	38
4.2. Kondisi Sosial Ekonomi.....	38
4.3. Karakteristik Responden	39
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Analisis SWOT	42
5.2. Evaluasi Faktor Internal (IFE)	43
5.3. Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	47
5.4. Matriks IE.....	49
5.5. Matriks SWOT	52
5.6. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT.....	56
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	63
6.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66



Daftar Tabel

No	Keterangan	Halaman
1.	Jumlah Produksi Salak Sumatera Utara Tahun 2013-2017.....	2
2.	Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Buah-Buahan Tahunan Per Kabupaten/Kota di Sumatera Utara Tahun 2016	3
3.	Luas Panen dan Produksi Salak Tapanuli Selatan 2014-2018.....	4
4.	Luas Panen dan Produksi Salak Menurut Kecamatan 2017.....	5
5.	Matriks SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treahs</i>	22
6.	Matriks SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treahs</i>	35
7.	Identifikasi Evaluasi Faktor Internal (IFE)	45
8.	Identifikasi Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	48
9.	Matriks SWOT	52
10.	Evaluasi Faktor Internal (IFE)	58
11.	Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	58



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Bagan Kerangka Pemikiran.....	8
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan	41
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
6.	Matriks IE Usaha Tani Sala Sidempuan.....	51
7.	Diagram Analisis SWOT Salak Sidempuan.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	66
2.	Hasil Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal	79
3.	Dokumentasi Penelitian.....	81
4.	Peta Lokasi Penelitian	82
5.	Surat Pengambilan Data / Riset.....	83
6.	Surat Selesai Pengambilan Data / Riset	84



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dimana mata pencarian masyarakatnya sebagian besar terdapat dari sektor pertanian. Sektor pertanian Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting untuk meningkatkan perekonomian nasional dan menyerap tenaga kerja. Sektor pertanian terbagi menjadi tanaman hortikultura, perkebunan, dan palawija. Tanaman hortikultura yang ada di Indonesia merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam pertanian Indonesia. Jenis tanaman yang dibudidayakan dalam hortikultura meliputi buah-buahan, sayur-sayuran, bunga dan tanaman hias. Sedangkan dalam hortikultura buah-buahan merupakan yang menjadi salah satu sumber vitamin dan mineral.

Buah-buahan yang ada di Indonesia memiliki ragam yang bermacam-macam yang tersebar di setiap daerah, setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki buah yang menjadi ciri khas tersendiri, salah satu komoditi buah yang ada di Indonesia adalah buah salak.

Menurut Departemen Pertanian (2013), menyatakan bahwa Komoditi salak merupakan salah satu jenis buah tropis asli Indonesia yang menjadi komoditas unggulan dan salah satu tanaman yang cocok untuk dikembangkan. Di Indonesia terdapat berbagai varietas salak diantaranya: salak pondoh, salak swaru, salak enrekang, salak gula pasir, salak bali, salak Padang Sidempuan, salak gading

ayu, salak pangu, salak sibakua, salak sangata, salak condet, salak manonjaya, salak kersikan, salak bongkok.

Sumatera Utara merupakan salah satu Provinsi terbesar yang ada di Indonesia dengan hasil pertanian yang cukup besar, baik dari sektor hortikultura maupun perkebunan. Salah satu komoditi yang berpotensi menjadi komoditi unggulan di Sumatera Utara dalam sektor hortikultura adalah buah salak, dengan banyaknya daerah Kabupaten/Kota yang menghasilkan salak di Sumatera Utara tidak juga mampu untuk mendukung peningkatan jumlah produksi salak di Sumatera Utara, melainkan setiap tahun dalam 5 tahun terakhir produksi salak Sumatera Utara mengalami naik-turun, hal demikian terjadi dikarenakan curah hujan yang tidak menentu setiap tahunnya, sehingga kualitas dan jumlah produksi menurun. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Produksi Salak Sumatera Utara Tahun 2013 – 2017

Nomor	Tahun	Jumlah Produksi (Ton)
1	2013	244.446
2	2014	354.087
3	2015	192.585
4	2016	118.619
5	2017	162.622

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa produksi salak di Sumatera Utara mengalami peningkatan jumlah produksi pada tahun 2014 sebesar 354.087 ton, sementara pada tahun sebelumnya hanya memproduksi sebesar 244.446 ton. Namun dari tahun 2014 hingga tahun 2016 mengalami penurunan jumlah produksi hingga mencapai 118.619 ton, tetapi pada tahun 2017 kembali mengalami peningkatan jumlah produksi salak Sumatera Utara sebesar 162.622 ton.

Hasil produksi salak ini tersebar hampir di semua Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Utara, hal tersebut dapat kita lihat berdasarkan data yang di peroleh dari Dinas Tanaman dan Pangan Provinsi Sumatera Utara di bawah ini :

Tabel 2. : Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Buah – Buah Tahunan Per Kabupaten/Kotadi Provinsi Sumatera Utara Tahun 2016

No	Kabupaten/Kota	Tanaman Menghasilkan (Rumpun)	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Kw/Ha)	Produksi (Ton)
1	Nias	877	0,4	271,38	11,9
2	Madina	1.100	0,6	627,27	34,5
3	Tap.Selatan	7.406.832	3.703,4	289,65	107.270,6
4	Tap.Tengah	6.550	3,3	73,28	24,0
5	Tap.Utara	38.912	19,5	529,40	1.030,0
6	Toba Samosir	200	0,1	780,00	7,8
7	Lab.Batu	-	-	-	-
8	Asahan	33.859	16,9	93,39	158,1
9	Simalungun	1.424	0,7	425,56	30,3
10	Dairi	550	0,3	298,18	8,2
11	Tanah Karo	26.950	13,5	391,39	527,4
12	Deli Serdang	109.100	54,6	334,26	1.823,4
13	Langkat	12.538	6,3	489,23	306,7
14	Nias Selatan	695	0,3	264,75	9,2
15	H.Hasundutan	572.435	286,2	204,80	5.861,8
16	Pakpak Barat	-	-	-	-
17	Samosir	150	0,1	426,67	3,2
18	Serdang Bedagai	216	0,1	444,44	4,8
19	Batu Bara	136	0,1	235,29	1,6
20	Paluta	-	-	-	-
21	Padang Lawas	2.020	1,0	128,71	13,0
22	Labusel	100	0,1	440,00	2,2
23	Labura	-	-	-	-
24	Nias Utara	500	0,3	180,00	4,5
25	Nias Barat	113	0,1	123,89	0,7
26	Sibolga	-	-	-	-
27	Tanjung Balai	-	-	-	-
28	P.Siantar	23	0,0	521,74	0,6
29	Tebing Tinggi	-	-	-	-
30	Medan	1.125	0,6	229,33	12,9
31	Binjai	95	0,0	547,37	2,6
32	P.Sidempuan	133.771	66,9	219,63	1.469,0
33	Gunung Sitoli	-	-	-	-

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara 2017

Berdasarkan tabel 2 diatas yang bersumber dari Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, daerah yang menjadi produksi salak terbesar dan luas panen terluas di Sumatera Utara adalah Kabupaten

Tapanuli Selatan dengan luas panen mencapai 3.703,4 Ha dan angka produksi mencapai 107.270,6 ton/tahun.

Dari beberapa daerah yang menjadi penghasil salak di Provinsi Sumatera Utara, Tapanuli Selatan sebagai penyumbang hasil produksi salak yang terbesar, hampir di setiap daerah yang ada di daerah Tapanuli Selatan menghasilkan salak dengan tampilan yang cukup menggiurkan, berukuran besar, kulit yang tebal, rasa yang manis sedikit sepat. Salak merupakan salah satu komoditi unggulan yang berasal dari Tapanuli Selatan dengan jumlah produksi yang cukup tinggi dalam setiap tahunnya. Hal tersebut dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. : Luas Panen, dan Produksi Salak Tapanuli Selatan, 2014 - 2018

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
2014	9.200	231.492
2015	11.874	340.485
2016	11.874	340.485
2017	12.260,94	257.036,40
2018	27.297,55	555.674,34

Sumber : Dinas Pertanian Kab.Tapanuli Selatan

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat kita lihat produksi salak yang dihasilkan Kabupaten Tapanuli Selatan selama jenjang waktu 5 tahun terakhir. Pada setiap tahunnya mengalami peningkatan angka produksinya, namun pada tahun 2015 dan 2016 produksi salak yang ada di Kabupaten Tapanuli Bagian Selatan tidak mengalami peningkatan sama sekali dan memiliki luas panen yang sama, namun setelah tahun 2016 produksi salak Kabupaten Tapanuli Selatan mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar 257.036,40 ton dan pada tahun 2018 produksi salak Kabupaten Tapanuli Selatan sebesar 555.674,34 ton.

Kabupaten Tapanuli Selatan dibagi menjadi beberapa kecamatan, dimana setiap kecamatan yang ada rata-rata menjadi penghasil salak. Namun dari beberapa kecamatan yang ada, diambil 5 kecamatan yang menjadi penghasil salak

terbesar dan merupakan hasil bumi utama dari kecamatan – kecamatan yang ada di kabupaten tapanuli selatan, dalam komoditi buah – buahan dalam hal ini adalah salak. Hal tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Luas Panen dan Produksi Salak Menurut Kecamatan,2017

No	Kecamatan	Luas Panen(Ha)	Produksi (Ton)
1	Batang Angkola	208,43	7601,03
2	Angkola Barat	23.352,61	496.593,25
3	Angkola Selatan	124,50	2.215,23
4	Batang Toru	75,00	2.610,00
5	Marancar	3.509,00	45.501,20

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Tapanuli Selatan

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa Kecamatan Angkola Barat menjadi penghasil salak terbesar di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan jumlah produksi 496.593,25 ton pada tahun 2017, memiliki luas panen yang terluas di antara kecamatan-kecamatan lain di Tapanuli Selatan. Di kecamatan Angkola Barat terdapat 12 desa dan 2 kelurahan, namun berdasarkan data pra survei yang dilakukan pada tanggal 30 Agustus 2018 jumlah produksi salak pada setiap desa yang ada di kecamatan Angkola Barat tidak tersedia di kantor kecamatan, akan tetapi melalui kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti dengan petugas kantor kecamatan Angkola Barat bahwa Desa Parsalakan merupakan desa dengan jumlah produksi salak tertinggi dari desa lainnya di Kecamatan tersebut. Jumlah produksi Desa Parsalakan per tahunnya sebesar 1.327.500 kg atau sekitar 1.328 ton/tahun, dengan luas lahan salak yang ada di desa parsalakan seluas 285 Ha. Desa Parsalakan di bagi menjadi 6 dusun bagian yaitu dusun huta lambung, huta koje, huta tunggal, lobu jelok, aek lubuk, huta tonga, setiap dusun yang ada di Desa Parsalakan masing-masing memiliki luas lahan yang beragam.

Berdasarkan data yang telah di sajikan, komoditi salak merupakan salah satu komoditi yang berpotensi menjadi unggulan di Provinsi Sumatera Utara,

sehingga komoditi ini sangat memungkinkan untuk di kembangkan di salah satu daerah yang menjadi sentra produksi salak di Sumatera Utara yaitu Kabupaten Tapanuli Selatan tepatnya di Kecamatan Angkola Barat, Desa Parsalakan. Desa yang mayoritas masyarakatnya memiliki kebun salak yang dapat diproduksi secara terus menerus dan kebiasaan masyarakat di Desa Parsalakan adalah tidak memupuk tanaman salaknya melainkan hanya melakukan pemotongan pelepah (*tinging*) 1 kali dalam 6 bulan, tetapi keadaan perekonomian masyarakat yang ada di Desa Parsalakan masih belum mengalami peningkatan berdasarkan banyaknya salak yang di hasilkan di desa tersebut, hal itudikarenakan kurangnya olahan produk hilir dari salak, sehingga masyarakat Desa Parsalakan hanya menjual buah salak saja, tanpa mengolahnya menjadi berbagai produk hilir yang mampu menambah nilai dan mutu dari salak itu sendiri, dan mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat Desa Parsalakan.

Berdasarkan penuturan yang telah penulis paparkan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang Strategi Pengembangan Usahatani Salak Sidempuan Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Parsalakan. Karena salak Sidempuan khususnyayang berasal dari Desa Parsalakan merupakan salah satu komoditi unggulan yang ada di Kabupaten Tapanuli Selatan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang telah di sajikan diatas makarumusan masalah pada skripsi ini adalah Bagaimana strategi pengembangan usahatani salak Sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat berdasarkan kondisi sosial ekonomi.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan diatas, tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi pengembangan usahatani salak Sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat berdasarkan kondisi sosial ekonomi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

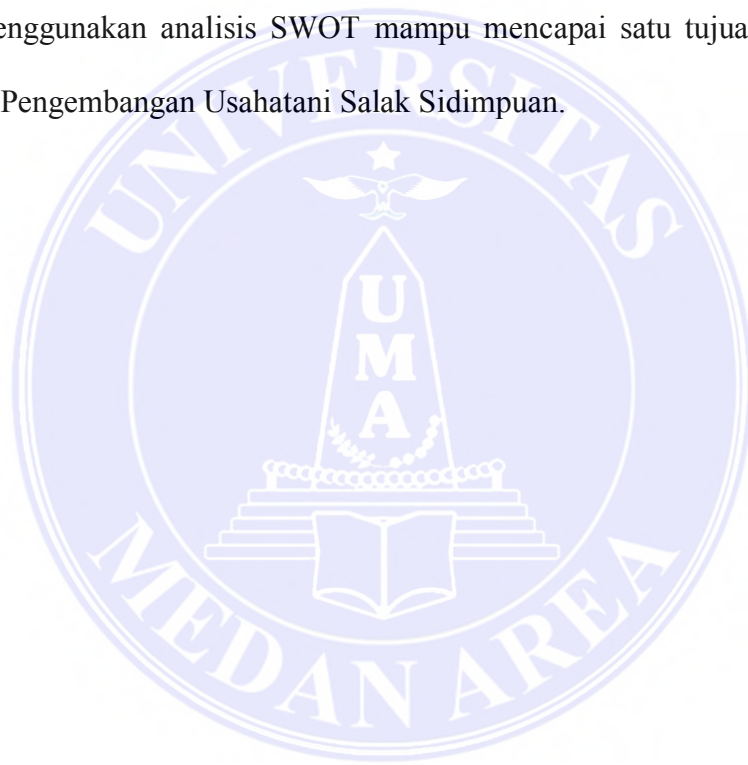
1. Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dan pihak terkait untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dan pihak terkait untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.
3. Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian selanjutnya.

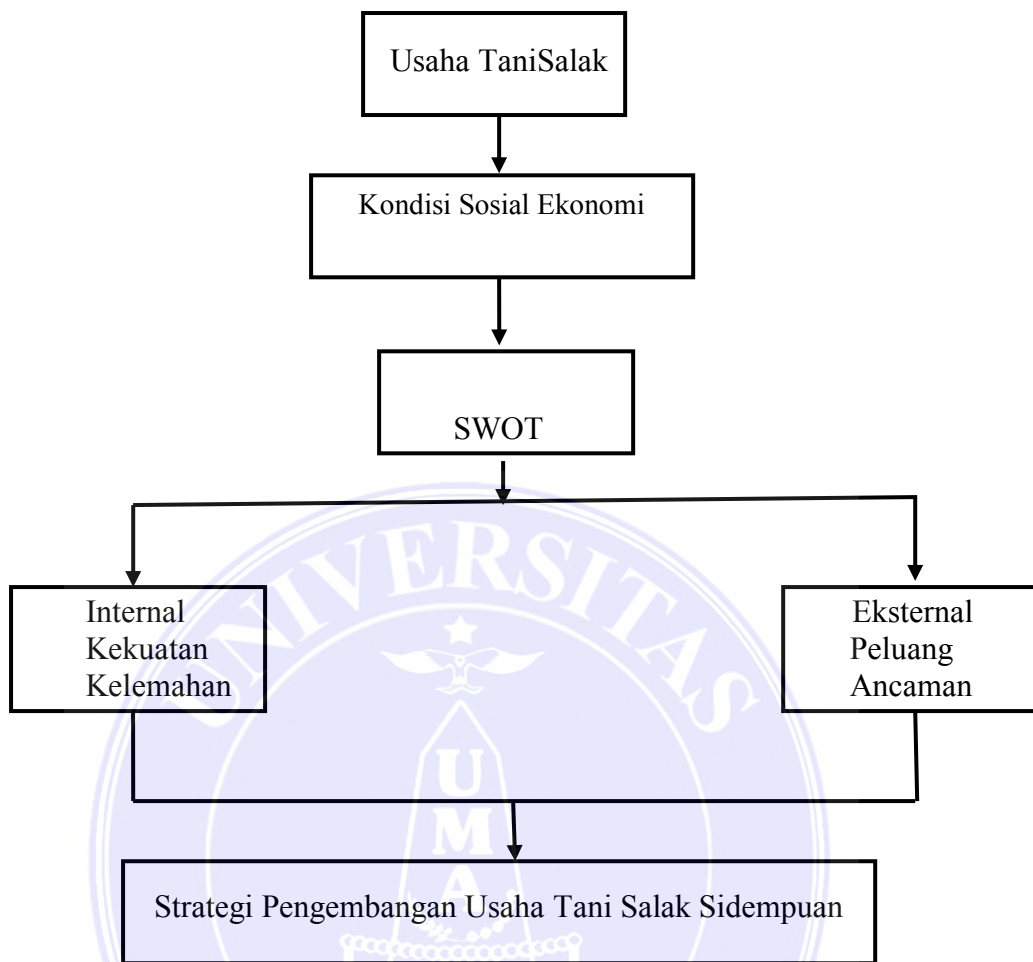
1.5 Kerangka Pemikiran

Salak merupakan salah satu komoditi unggulan yang terdapat di provinsi Sumatera Utara, memiliki jumlah produksi ke – 4 terbesar diantara jenis buah – buahan lain yang di hasilkan di Sumatera Utara, berdasarkan data BPS tahun 2016. Berlandaskan data tersebut maka tanaman salak yang ada di Sumatera Utara perlu diperhatikan dan dikembangkan sehingga mampu meningkatkan nilai dan mutu dari tanaman salak tersebut, dengan demikian diperlukan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan lingkungan dan potensi sumber daya yang akan di teliti dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi untuk mencapai visi dan misi yang di harapkan.

Dalam metode analisis swot membahas tentang dua faktor dari tanaman salak itu sendiri, faktor yang pertama yaitu faktor internal yang meliputi dua bagian yaitu, kekuatan dan kelemahan. Faktor yang kedua yaitu faktor eksternal meliputi dua bagian pula yaitu, peluang dan ancaman.

Dengan melakukan proses penelitian untuk mengembangkan tanaman salak yang memperhatikan dua faktornya yaitu, faktor internal dan eksternalnya. Sehingga dengan meneliti faktor internal dan eksternal dari tanaman salak tersebut yang menggunakan analisis SWOT mampu mencapai satu tujuan penting yaitu Strategi Pengembangan Usahatani Salak Sidimpuan.





Gambar 1. Sketsa kerangka pemikiran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Salak

Tanaman salak merupakan salah satu tanaman buah-buahan yang mempunyai prospek sebagai usaha pertanian yang berbasis agribisnis. Daerah asal tanaman salak tidak jelas, tetapi diduga dari Thailand, Malaysia dan Indonesia. Beberapa sumber menyatakan bahwa tanaman salak (*Salacca edulis*) berasal dari Pulau Jawa. Diperkirakan tanaman salak bermula dari biji-bijinya yang dibawa oleh para saudagar saat masa penjajahan hingga menyebar keseluruh Indonesia, bahkan sampai ke Filipina, Malaysia, Brunei dan Muangthai (Guntoro et al,2010).

Tanaman salak ini tumbuh secara berumpun dan tinggi tanamannya dapat mencapai 7 m, tetapi rata-rata yang tumbuh tidak lebih dari 4,5 m. Tanaman ini merupakan tanaman berumah dua yang dapat menghasilkan bunga jantan terpisah dengan tanaman yang menghasilkan bunga betina. Batang berduri hampir tidak terlihat karena tertutup oleh pelepah daun yang tumbuh rapat. Daun tersusun berbentuk roset seperti pedang dengan panjang antara 2,5 – 7 m. Bunga jantan dan bunga betina merupakan bunga majemuk yang masing-masing tersusun dalam bunga tongkol. Buah tersusun dalam tandan yang masing-masing muncul dari ketiak daunnya. Buah yang dihasilkan biasanya berbentuk bulat atau bulat telur terbalik dengan bagian pangkal meruncing. Kulit buah salak ini mempunyai sisik dan tersusun rapih seperti genteng. Warna buah salak ini beragam dari kuning sampai hitam. Tiap buah salak terdiri dari 3 septa daging buah. Rasanya

bervariasi, ada yang manis, asam, sepat atau kombinasi dari ketiganya (Widyastuti, 1996).

Menurut Aralas (2009). Buah salak merupakan salah satu buah yang memiliki kandungan antioksidan lebih tinggi dibandingkan dengan jenis buah tropis yang lain yaitu buah alpukat, jeruk, pepaya, mangga, kiwi, lemon, nanas, apel, rambutan, pisang, melon dan semangka.

Salak merupakan buah musiman yang cukup produktif yang dapat menghasilkan buah sepanjang tahun dan sangat melimpah. Buah salak dalam satu tandan memiliki tingkat kematangan dan ukuran yang tidak seragam (Tim karya mandiri, 2010). Salak Sidempuan memiliki ciri khusus dibandingkan dengan salak – salak lainnya yaitu, Buahnya berbentuk bulat telur terbalik cenderung ke bulat. Kulit buahnya bersisik besar dan berwarna coklat kehitaman. Uniknya, daging buahnya yang tebal berwarna kuning tua dan bersemburat merah. Rasanya manis bercampur asam, berair, dan tidak terasa sepatnya. Bijinya berukuran relatif besar dan berwarna coklat muda. Ukuran buahnya bervariasi dari kecil sampai besar.

Menurut Widyastuti (1996), Tanaman salak dapat tumbuh hampir di seluruh daerah di Indonesia. Akan tetapi, untuk dapat tumbuh dengan produktif tanaman ini membutuhkan lingkungan yang ideal. Ketinggian tempat yang diinginkan berkisar antara 1 – 400 m di atas permukaan laut dengan curah hujan rata-rata 200 – 400 mm /bulan. Suhu udara harian daerah antara 20o – 30oC dan terkena sinar matahari antara 50 – 70% menjadi tempat yang baik untuk pertumbuhannya. Jenis tanah yang ideal adalah tanah yang gembur, mengandung bahan organik, dengan air tanah yang dangkal, dan mampu menyimpan air tetapi tidak mudah tergenang.

2.2 Kondisi Sosial Ekonomi

Tinjauan sosial ekonomi penduduk meliputi aspek sosial, aspek sosial budaya, dan aspek desa yang berkaitan dengan kelembagaan dan aspek peluang kerja. Aspek ekonomi desa dan peluang kerja berkaitan erat dengan masalah kesejahteraan masyarakat desa. Kecukupan pangan dan keperluan ekonomi bagi masyarakat baru terjangkau bila pendapatan rumah tangga mereka cukup untuk menutupi keperluan rumah tangga dan pengembangan usaha – usahanya (Basrowi dan Juriyah, 2010).

Menurut Sumardi dan Evers (2000) keadaan sosial ekonomi yaitu sebagai berikut :

- a. Lebih berpendidikan.
- b. Mempunyai status sosial yang ditandai dengan tingkat kehidupan, kesehatan, pekerjaan, pengenalan diri terhadap lingkungan.
- c. Mempunyai tingkat mobilitas ke atas lebih besar.
- d. Mempunyai ladang luas.
- e. Lebih berorientasi pada ekonomi komersial produk.
- f. Mempunyai sikap yang lebih berkenaan dengan kredit.
- g. Pekerjaan lebih spesifik.

Kondisi sosial ekonomi menurut Basrowi dan Juriyah (2010) adalah keadaan atau kedudukan seseorang dalam masyarakat sekelilingnya. Manfaat dalam konteks sosial ekonomi bagi masyarakat dari suatu program pendidikan adalah berupa perbaikan dalam hal penghasilan, produktivitas, kesehatan, nutrisi, kehidupan keluarga, kebudayaan, rekreasi, dan partisipasi masyarakat. Perbaikan penghasilan dan sebagian produktivitas adalah merupakan manfaat ekonomi bagi

masyarakat. Perbaikan penghasilan dan sebagian produktivitas adalah merupakan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Perbaikan dari sebagian produktivitas, kesehatan, makanan, kehidupan keluarga, kebudayaan, kebudayaan, rekreasi dan partisipasi adalah merupakan manfaat sosial bagi masyarakat.

Agar anak dapat memperoleh pendidikan yang baik maka orang tua harus pandai mengarahkan agar anaknya tidak terpengaruh apabila kondisi sosial mereka tidak mendukung tercapainya pendidikan dengan baik. Orang tua juga harus mengusahakan agar lingkungan sosial di sekitar dapat dijadikan sebagai pendukung tercapainya pendidikan yang maksimal.

Kondisi sosial ekonomi adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur sosial dan merupakan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula dengan posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pembawa status (Dewi, 2009).

2.3 Konsep Manajemen Strategis

Menurut Daft (2010), strategi adalah tindakan yang bersifat *Incremental* (senantiasa meningkat) dan terus – menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2012).

Sedangkan Mulyadi (2001) berpendapat bahwa strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi. Strategi membentuk pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi, Dengan tindakan berpola, perusahaan dapat mengerahkan dan mengarahkan seluruh sumber daya organisasi secara efektif ke perwujudan visi organisasi. Sebagai contoh, perusahaan yang memilih differentiation strategy akan memilih pola tindakan untuk menjadikan perusahaan berbeda karena keunggulannya di dalam persaingan. Di lain pihak, perusahaan yang memilih low cost strategy akan memilih pola tindakan yang berfokus ke pengelolaan aktivitas (activity management) untuk menjadikan perusahaan unggul dalam persaingan biaya penyediaan produk dan jasanya terendah di antara para pesaingnya

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Termasuk didalamnya pengamatan lingkungan (eksternal maupun internal), perumusan strategi (perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, evaluasi, serta pengendalian. Bidang ilmu manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan dengan melihat kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan (Setiawan, 1996).

Menurut David (2011), manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau

operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Menurut Murtie (2012), manajemen strategis adalah cara menumbuhkan dan mengatur strategi sebuah organisasi atau perusahaan sehingga bisa mencapai tujuannya dengan baik dan tepat sesuai sasaran dan waktu yang telah ditetapkan. Hal itu akan membentuk sebuah strategi 10 menentukan arah dan langkah-langkah selanjutnya yang akan dipakai untuk kemajuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemikiran-pemikiran serius dan mumpuni untuk mengatur strategi.

Menurut David (2004), ada tiga tahapan dalam manajemen strategis yaitu perumusan masalah, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Ketchen (2009) mendefinisikan manajemen strategis sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategik dalam implementasinya ditentukan oleh tahapan identifikasi lingkungan (internal dan eksternal), perumusan strategi, implementasi strategi, pemantauan dan evaluasi strategi.

Menurut Aime Heene dan Desmidt (2010), manajemen strategi adalah kesatuan proses manajemen pada suatu organisasi yang berulang-ulang dalam menciptakan nilai serta kemampuan untuk menghantar dan memperluas distribusinya kepada pemangku kepentingan ataupun pihak lain yang berkepentingan. Terdapat 5 tugas dalam manajemen strategi:

1. Mengembangkan visi dan misi
2. Menetapkan tujuan dan sasaran
3. Menciptakan suatu strategi mencapai sasaran

4. Mengimplementasikan dan melaksanakan strategi
5. Mengevaluasi strategi dan pengarahannya

2.4 Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2012: 628).

Menurut Anoraga (2007:66) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Sedangkan menurut Suryana (2006:156) menyatakan bahwa pengembangan suatu usaha dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (*diseconomics of scale*), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan

usaha(economics of scope). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (learning curve) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

2.5 Analisis SWOT

SWOT adalah akronim untuk kekuatan – kekuatan (*Strengths*), kelemahan–kelemahan (*Weaknesses*), kesempatan–kesempatan (*Oppurtunities*), dan ancaman–ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan–kekuatan dan kelemahan–kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan–kesempatan eksternal dan tantangan–tantangan yang dihadapi. Menurut Rangkuti (2009), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).

Menurut David (2009), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan kesempatan/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*) :

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan - keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang di harapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (*Weaknesses*) :

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan – kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan – peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan. Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis

SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka/panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

2.5.1 Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Matriks IFE, yang mana dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal yang meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara dalam membuat tabel IFE.

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi aspek kekuatan dan aspek kelemahan usaha tani salak Sidempuan pada kolom 1.
2. Memberi bobot (kolom 2) pada setiap faktor-faktor berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan, semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total 1,0.
3. Menghitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh

faktor-faktor terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kekuatan) diberi rating mulai dari 1 (tidak setuju) sampai 4 (sangat setuju), sedangkan variabel yang bersifat negatif (semua variabel yang termasuk dalam kelemahan) kebalikan dari variabel positif diberi rating mulai dari 1 (sangat setuju) sampai 4 (tidak setuju).

4. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).

2.5.2 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Melakukan identifikasi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi suatu usaha yang dilihat dari faktor peluang dan faktor ancaman, sebelum membuat matriks EFE, kita perlu mengetahui cara-cara untuk menentukan pembuatan tabel matriks EFE.

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi aspek peluang dan ancaman dari usaha tani salak Sidempuan dalam rangka mengembangkan usaha tani salak Sidempuan (Kolom 1).
2. Beri bobot pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (100%) yang menunjukkan sangat setuju sampai dengan 0,0 (0%) yang menunjukkan hal yang tidak setuju. Namun dalam prakteknya nilai-nilai akan terletak diantara dua nilai ekstrim teoritis tersebut. Hal ini dikarenakan dalam melakukan analisis faktor-faktor internal dan analisis faktor-faktor eksternal perencanaan strategi akan memperhitungkan banyak

faktor, sehingga masing-masing faktor diberi bobot yang besarnya diantara kutub 0 dan 1, dimana hal tersebut menunjukkan tingkat kepentingan masing-masing faktor.

3. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala 4 (sangat tinggi) sampai dengan 1 (sangat rendah) berdasarkan pada pengaruh faktor tersebut terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan. Pemberian rating untuk faktor eksternal yang bersifat positif, dalam hal ini faktor peluang, jika faktor peluang besar maka di beri rating 4 dan jika faktor peluang kecil maka diberi rating 1. Untuk faktor eksternal yang bersifat negatif, dalam hal ini faktor ancaman dari usaha tani salak Sidempuan, diberi rating kebalikan dari faktor peluang, jika faktor ancaman besar maka diberi rating 1, dan jika faktor ancaman kecil diberi rating 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Maka akan dihasilkan pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.

2.5.3 Matriks IE

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu. Menurut Rangkuti, 2001, parameter yang digunakan dalam matriks ini meliputi

parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail. Diagram matriks IE mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu : Pertama, ketentuan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (grow and build). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. Kedua, divisi-divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (hold and maintain); penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau divestasi (harvest or divest). Penjelasan di atas dapat dilihat pada gambar 8 tentang matriks IE.

2.5.4 Matriks SWOT

Menurut rangkuti matriks swot adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Perumusan strategi SWOT dilakukan melalui matrik SWOT menghasilkan 4 (empat) set alternatif strategi sebagai berikut:

- a. Strategi SO, yaitu pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar – besarnya.

- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi segala ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
- d. Strategi WT, yaitu meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman.

Matriks SWOT terdiri dari sembilan sel. Ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel selalu dibiarkan kosong (sel kiri atas). Empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam pembuatan matriks SWOT.

Tabel 5. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*)

Internal Factor	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
External Factor		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Sumber: David (2009).

2.5.5 Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor setta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).
2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka ($d = x$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka ($e = y$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadranSWOT.

2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu Hastuti (2013), pada penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronojiwo Kabupaten Lumajang”. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui perkembangan salak Pronojiwo Lumajang dan peluang pengembangan salak Pronojiwo Lumajang tersebut di era ASEAN-China Free Trade Area, untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi pengembangan salak Pronojiwo Lumajang ditinjau dari sisi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*), dan untuk menentukan strategi yang sesuai untuk pengembangan salak Pronojiwo Lumajang. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April sampai dengan Mei 2011, penelitian ini dilakukan di kecamatan Pronojiwo, penetapan lokasi penelitian dengan mempertimbangkan bahwa kecamatan pronojiwo merupakan daerah yang pertama kali mengembangkan salak pondoh di kabupaten Lumajang. Dalam penelitian ini populasi responden adalah petani salak di kecamatan Pronojiwo, pedagang salak, petugas pertanian kecamatan dan petugas pertanian kabupaten. Dari jumlah petani yang ada kemudian ditentukan sampel dengan menggunakan metode *Sample Random Sampling* (acak sederhana) sebanyak 40 petani yang diharapkan dapat mewakili dan menjelaskan keseluruhan populasi yang ada. Adapun metode yang digunakan adalah survei data yang digunakan adalah survei data yang dikumpulkan melalui analisa dokumen, observasi dan wawancara. Teknik pengambilan data penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data sebagai bahan pembahasannya, yang meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden dan kondisi fisik dilapangan yang didapatkan saat penelitian yang menyangkut faktor internal maupun eksternal dari obyek penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis situasi dengan model yang paling populer saat ini yaitu analisis SWOT. Dalam lima tahun terakhir 2006 – 2010 menunjukkan bahwa

perkembangan luas tanam, luas panen, produktifitas, produksi salak pondoh di kecamatan pronojiwo Kab.Lumajang mengalami perkembangan yang signifikan, yaitu rata – rata kenaikannya sebesar 21,25% tiap tahunnya. Faktor – faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi terhadap pengembangan salak di Kabupaten Lumajang antara lain: faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta pada faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Berdasarkan diagram analisis SWOT posisi pengembangan salak di kecamatan Pronojiwo pada kuadran I yang berarti Grand Strategy atau Strategy utama adalah Strategi Agresy. Sedangkan berdasarkan matrik internal eksternal berada pada kuadran I yang berarti strategi pengembangan salak di Kecamatan Pronojiwo pada strategi pertumbuhan.

Sitompul (2013), dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Agroindustri Salak”.Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait dengan penelitian. Adapun metode analisis data yang digunakan untuk masalah yang 1 yaitu metode analisis deskriptif dengan melihat faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam mengembangkan agroindustri salak di daerah penelitian. Untuk masalah yang ke 2 digunakan metode analisis SWOT dari usaha salak di daerah penelitian untuk menentukan strategi pengembangan usaha. Kekuatan agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah ketersediaan bahan baku yang melimpah, ketersediaan tenaga kerja yang banyak,

banyaknya variasi produk, memiliki sertifikat produk, jumlah produksi terus bertambah, dan produk sudah mulai dikenal masyarakat. Kelemahan agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja profesional, dan kurangnya kemitraan industri. Peluang agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah pemasaran produk cukup luas, adanya dukungan pemda, sarana dan prasarana (jalan, listrik, telekomunikasi) yang mendukung, sistem birokrasi baik dan keamanan kondusif, nilai jual olahan salak tinggi, dan ketersediaan lahan yang luas. Ancaman agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah ketidakstabilan harga salak, kurangnya partisipasi petani dalam pelatihan, kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab. Strategi pengembangan agroindustri salak di daerah penelitian berada pada daerah kuadran I. Hal ini berarti bahwa pengembangan agroindustri salak berada pada strategi SO (*Strengths – Opportunities*) atau strategi agresif (*growth oriented strategy*) dengan ini seharusnya melakukan kegiatan dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi olahan salak dan melakukan pemasaran produk hingga ke luar negeri dan memanfaatkan dukungan Pemkab, sarana dan prasarana untuk mempromosikan berbagai produk yang telah bersertifikat.

Palit (2017), dengan judul penelitian tentang “Strategi Pengembangan Agroindustri Dodol Salak Di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri dodol salak di desa pangu satu, kecamatan ratahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi internal dan eksternal dalam mengembangkan agroindustri dodol salak di desa pangu satu.

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu dari bulan maret sampai dengan mei 2017 dan mengambil lokasi di desa pangu satu, kecamatan ratahan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dimana data primer didapat dari wawancara langsung kepada pihak responden. Terdapat dua faktor variabel yang akan diukur dalam penelitian ini, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan (Strengths and Weakness), faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman (Opportunities and Threats). Data sekunder di dapat dari instansi – instansi yang terkait. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, strategi pengembangan dodol salak di Desa Pangu Satu adalah: Menerapkan strategi agresif, yaitu dengan menciptakan proses sortiran bahan baku dan peralatan produksi yang lebih baik serta memanfaatkan tenaga kerja untuk menghasilkan produk yang unggul; melalui proses sortir pemilihan bahan baku yang baik untuk meningkatkan pendapatan; perusahaan menggunakan produk yang bebas dari bahan pengawet dan pewarna untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk olahan; meningkatkan proses sortir bahan baku dan kualitas kesehatan produk untuk lebih dapat bersaing dengan perusahaan yang ada; bekerjasama bukan hanya dengan satu pemasok (petani); menambah modal melalui instansi-instansi terkait seperti Bank atau instansi lainnya; mengadakan pelatihan sumberdaya manusia untuk meningkatkan proses kerja perusahaan dan menambah peluang bagi pengusaha untuk menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi angka pengangguran; meningkatkan pendapatan modal untuk

mencegah terjadinya pembajakan tenaga kerja dan memanfaatkan modal untuk kegiatan prasarana dan sarana transportasi.

Putra (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Pada UMKM Azizah Di Kabupaten Banjarnegara”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis faktor internal yang telah diteliti pada UMKM Azizah, diketahui perusahaan memiliki 7 kekuatan yaitu Adanya *Job Description* yang jelas, Kemudahan dalam memperoleh karyawan, Koordinasi yang kuat antar divisi, Pengadaan bahan baku yang memadai, Produk sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Banjarnegara, ketersediaan modal yang mencukupi, dan Mutu produk yang stabil. Terdapat 5 kelemahan pada perusahaan yaitu Pencatatan data keuangan dan administrasi yang belum terkomputerisasi, Kurang gencarnya promosi, Pendistribusian produk masih minim, Teknologi pengolahan salak masih tradisional, dan sistem informasi dan komunikasi kurang memadai. Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal yang telah diteliti, UMKM Azizah memiliki 5 peluang yaitu Pasar yang masih terbuka, Perkembangan teknologi pengolahan salak, loyalitas konsumen, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dan kesempatan bekerjasama dengan petani lokal terbuka luas. Perusahaan juga memiliki 5 ancaman yaitu kerusakan bahan baku akibat perubahan iklim, Kurangnya peran pemerintah, Potensi munculnya pesaing baru, keberadaan pesaing saat ini, dan harga bahan baku yang berfluktuatif. Terdapat beberapa alternatif strategi pengembangan bisnis yang dihasilkan berdasarkan analisis formulasi strategi menggunakan SWOT adalah (SO1) Meningkatkan kapasitas produksi, (SO2) Melakukan penetrasi pasar, (WO) Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan

komunikasi, (ST1) Meningkatkan mutu produk untuk mengungguli pesaing yang sudah ada, (ST2) Memantankan produk agar tidak mudah ditiru oleh pesaing baru, dan (WT) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing.

Cahyani (2017) dalam skripsi yang berjudul tentang “Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Salak di Kabupaten Tapanuli Selatan” hasil penelitian menunjukkan bahwa mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta merumuskan strategi pengembangan agribisnis salak di Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian diperoleh strategi untuk mengembangkan agribisnis salak di Tapanuli Selatan yaitu: (1) mengintegrasikan kegiatan budidaya, pengolahan, serta pemasaran melalui kegiatan wisata dengan konsep agroedutourism, (2) melakukan kerja sama dengan lembaga perbankan dan lembaga keuangan melalui fasilitas Pemerintah untuk meningkatkan permodalan, (3) meningkatkan nilai tambah petani melalui pelatihan pengolahan hasil panen, dan (4) rehabilitasi tanaman salak yang sudah tua.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) di desa parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan, dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah penghasil salak terbesar di Kabupaten Tapanuli Selatan menurut data yang didapatkan peneliti dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2018 sampai dengan selesai.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode simpel random sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah petani salak yang berada di desa parsalakan, kecamatan angkola barat, kabupaten tapanuli selatan sebanyak 28 orang, dari jumlah populasi yang ada sebanyak 560 petani.

Berdasarkan Pra-survei di desa parsalakan tepatnya kepada kepala desa dari Desa Parsalakan yang dilakukan pada bulan Agustus 2018 menyatakan bahwa, jumlah populasi yang ada di Desa Parsalakan sebanyak 560 petani salak. Maka metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *metode simpel random sampling*, sebagaimana ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini, mayoritas petani salak di desa parsalakan memiliki luas lahan sebesar 0,5-2 Ha

sehingga dengan alasan ini peneliti membatasi kriteria responden yaitu memiliki luas lahan 0,5 – 2 Ha, dengan lama bertani salak selama 5 tahun.

Sebagian penelitian mengatakan bahwa ukuran sampel tidak boleh kurang dari 10% dari ukuran populasi tetapi sebagian lagi mengatakan tidak boleh kurang dari 5%, akan tetapi patokan ini juga tidaklah kaku, karena besarnya ukuran contoh yang diambil banyak ditentukan oleh faktor – faktor lain (Lubis Zulkarnain, 2009 : 115).

Berdasarkan pernyataan di atas maka sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 5% dari populasi petani yang berjumlah 560, sehingga didapati sampel sebanyak 28 petani salak yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan.

3.3 Metode Pengambilan Data

Data yang di gunakan berupa data primer dan data sekunder. Lofland dalam Moleong (2006: 157) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Penelitian ini, data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian melalui wawancara sumber atau informan yang berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan.

Lofland dalam Moleong (2006: 157) data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam penelitian untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. Data sekunder dapat berupa studi pustaka yang berasal dari buku - buku, penelitian lapangan, maupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Berbagai dokumen dihasilkan melalui objek penelitian yang dipergunakan untuk mendukung data primer dan memperkuat data dalam

melakukan penelitian. Data sekunder di dapatkan melalui badan pusat statistik sumatera utara, dinas pertanian sumatera utara, instansi lain yang terkait dengan penelitian ini, dan literature yang mendukung penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas metode pengambilan data yang dilakukan pada proposal penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, questioner, dan kajian pustaka yang membantu melengkapi data pendukung proposal penelitian ini agar menjadi lebih baik.

3.4 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis metode penelitian analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan dengan melukiskan keadaan obyek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk keadaan menarik/mengambil kesimpulan yang berlaku umum (Marzuki, 2003:63).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif dan kuantitatif. Menurut Hasan (2005:41) yang dimaksud dengan metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dari obyek itu sendiri, sedangkan pengertian kuantitatif, penelitian yang menggunakan angka dalam proses penghitungan dan pengenalisan hasil penelitian. Anggota yang di diperoleh dalam penelitian jenis ini dengan menentukan populasi dan sampel.

Rangkuti (1997) yang menyatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau

Opportunities. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau *Threats* dan kelemahan atau *Weaknesses*. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. Artinya, perencana strategis harus menganalisa berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan. Tidak mengherankan jika analisis swot juga disebut dengan nama Analisis Situasi. Tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*strengths*), mengatasi kelemahan (*weaknesses*), menemukan peluang (*opportunities*) dan strategi menghadapi beragam ancaman (*threats*). Ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan ke empat elemen tersebut maka kesempurnaan dalam meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan berjalan lebih baik dengan hasil yang optimal.

Untuk menentukan hasil dari penelitian dilakukan dengan melalui beberapa tahapan yaitu ;

3.4.1 Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Matriks IFE, yang mana dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal yang meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara dalam membuat tabel IFE.

3.4.2 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Melakukan identifikasi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi suatu usaha yang dilihat dari faktor peluang dan faktor ancaman, sebelum

membuat matriks EFE, kita perlu mengetahui cara-cara untuk menentukan pembuatan tabel matriks EFE.

3.4.3 Matriks IE

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu.

3.4.4 Matriks SWOT

Menurut rangkuti matriks swot adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Perumusan strategi SWOT dilakukan melalui matrik SWOT menghasilkan 4 (empat) set alternatif strategi sebagai berikut:

- e. Strategi SO, yaitu pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar – besarnya.
- f. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi segala ancaman.
- g. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
- h. Strategi WT, yaitu meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman.

Matriks SWOT terdiri dari sembilan sel. Ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel selalu dibiarkan kosong (sel kiri atas). Empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam pembuatan matriks SWOT.

Tabel 3.6. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*)

Internal Factor	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
External Factor		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Sumber: David (2009).

3.4.5 Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor setta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor

yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).

2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y;
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadranSWOT.

3.5 Defenisi Operasional

1. Responden adalah petani salak yang berdomisili di desa parsalakan, kecamatan angkola barat, kabupaten tapanuli selatan.
2. Usaha tani merupakan kegiatan usaha manusia yang mengusahakan tanahnya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Sosial Ekonomi merupakan kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan.
4. SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu

spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats).

5. Faktor internal adalah faktor dari dalam sumber daya itu sendiri yang menggambarkan tentang keadaan lingkungannya, meliputi dua bagian yaitu kekuatan dan kelemahan.
6. Kekuatan adalah karakteristik yang memberikan kelebihan / keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya.
7. Kelemahan adalah karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan pada sumber daya dibandingkan dengan yang lainnya.
8. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar sumber daya yang ada, meliputi dua bagian yaitu peluang dan ancaman.
9. Peluang adalah peluang dapat dimanfaatkan untuk dapat berkembang di kemudian hari.
10. Ancaman adalah ancaman yang akan dihadapi dalam mengembangkan dan menghambat perkembangan sumber daya.

BAB IV

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1 Kondisi Geografis

Desa Parsalakan terletak di Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan, yang memiliki luas areal sekitar 28,60 km² dengan topografi berbukit-bukit dan datar, diapit oleh dua gunung yaitu gunung sanggarudang dan gunung lubuk raya. Desa parsalakan dibagi menjadi 6 dusun yaitu dusun huta lambung, dusun huta koje, dusun huta tunggal, dusun lobu jelok, dusun aek lubuk, dusun huta tonga. Batas-batas daerah desa parsalakan sebagai berikut : sebelah utara berbatasan dengan Desa Paya Tobotan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Aek Latong Siamporik, sebelah barat berbatasan dengan Desa Aek Nabara, sebelah timur berbatasan dengan Desa Sawah Sialogo.

4.2 Kondisi Sosial Ekonomi

Desa parsalakan memiliki jumlah kepala keluarga sebanyak 674 (KK), dengan jumlah petani salak sebanyak 560 petani. Jumlah keseluruhan penduduk Desa Parsalakan sebanyak 2.590 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.257 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.333 jiwa, yang mana sebagian besar penduduk Desa Parsalakan berprofesi sebagai petani salak. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat desa Parsalakan kegiatan usaha tani salak sudah dilakukan secara turun-temurun dan sistem bertani yang sama. Proses panen yang dilakukan petani salak desa Parsalakan untuk salak manis dilakukan selama 1 kali dalam 2 minggu, sedangkan untuk jenis salak biasa bisa dilakukan panen 1 kali dalam 1 minggu tergantung kebutuhan sehari-hari petani itu sendiri dengan menggunakan alat panen berupa parang. Usaha tani salak tersebut dapat

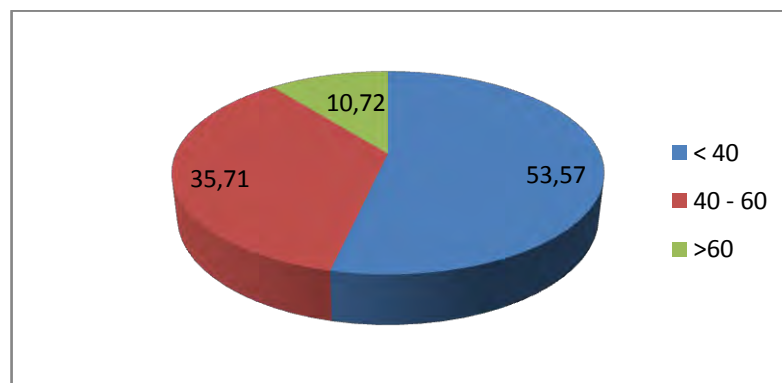
menambah pendapatan petani salak yang juga memiliki pekerjaan sampingan lainnya seperti : supir dan buruh. Salak yang di produksi dari usaha tani yang ada di desa parsalakan yaitu jenis salak manis, yang dijual ke pedagang pengumpul di dalam goni ukuran 25 kg yang di isi padat hingga mencapai 30 kg/goni yang terbagi menjadi 3 tipe yaitu : tipe A, tipe B, dan tipe pemilihan. Sedangkan, yang dijual langsung kepada konsumen dalam kemasan sumpit dengan isi yang bervariasi. Salak yang di produksi oleh petani yang ada di desa Parsalakan telah dipasarkan ke berbagai kota besar di pulau sumatera seperti : Banda Aceh, Medan, Pekanbaru, Padang, Bengkulu, Jambi, dll.

4.3 Karakteristik Responden

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh bahwa karakteristik responden pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Umur Responden

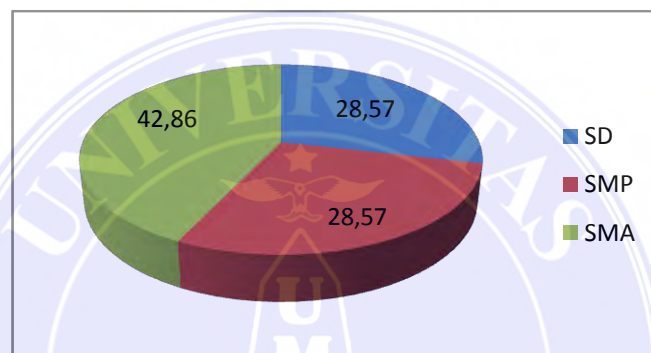
Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh bahwa umur responden yang paling banyak adalah umur <40 tahun sebanyak 15 responden dengan persentase 53,57%, umur 40-60 tahun sebanyak 10 responden dengan persentase 35,71%, sedangkan umur >60 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 10,72%. Berikut disajikan gambar 2. Tentang karakteristik responden berdasarkan umur.



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan umur
Sumber : Data yang diolah, 2018

2. Pendidikan Responden

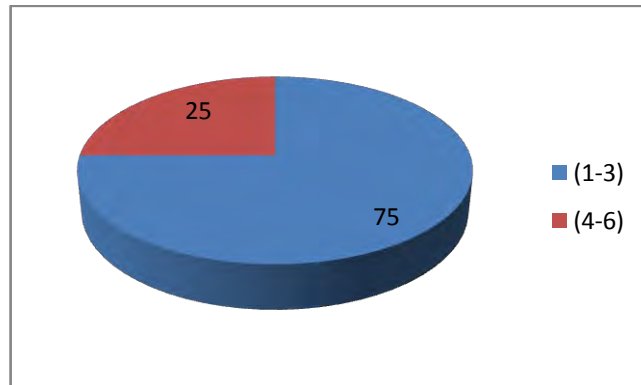
Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh pendidikan responden yang paling banyak adalah tingkat SMA sebanyak 12 responden dengan persentase 42,86%, yang memiliki tingkat pendidikan SMP sebanyak 8 responden dengan persentase 28,57%, sedangkan yang memiliki tingkat pendidikan SD sebanyak 8 orang dengan persentase 28,57%. Berikut disajikan gambar 3. Tentang karakteristik responden berdasarkan pendidikan.



Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
Sumber: Data primer yang diolah, 2018

3. Jumlah Tanggungan Responden

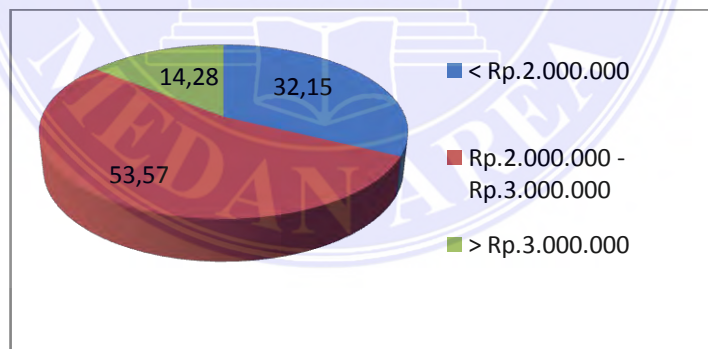
Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh jumlah tanggungan yang paling banyak adalah 1-3 orang sebanyak 21 responden dengan persentase 75% dan tanggungan 4-6 orang sebanyak 7 responden dengan persentase 25%. Berikut disajikan gambar 4. Tentang karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan.



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan
 Sumber: Data primer yang diolah, 2018

4. Pendapatan Responden

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh pendapatan responden yang paling tinggi yaitu Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 15 responden dengan persentase 53,57%, dengan pendapatan < Rp.2.000.000 sebanyak 9 responden dengan persentase 32,15% dan pendapatan > Rp.3.000.000 sebanyak 4 responden dengan persentase 14,28%. Berikut disajikan gambar 5. Tentang karakteristik responden berdasarkan pendapatan.



Gambar 5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan
 Sumber: Data primer yang diolah, 2018

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis SWOT

Rangkuti (1997) yang menyatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau *Opportunities*. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau *Threats* dan kelemahan atau *Weaknesses*. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. Artinya, perencanaan strategis harus menganalisa berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan. Tidak mengherankan jika analisis swot juga disebut dengan nama Analisis Situasi. Tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*strengths*), mengatasi kelemahan (*weaknesses*), menemukan peluang (*opportunities*) dan strategi menghadapi beragam ancaman (*threats*). Ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan ke empat elemen tersebut maka kesempurnaan dalam meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan berjalan lebih baik dengan hasil yang optimal.

Menurut Freddy Rangkuti Analisis swot adalah indifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*sterngths*) dan peluang

(*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Berikut langkah-langkah yang dilakukan setelah memperoleh hasil analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha tani salak Sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan.

5.2 Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Langkah yang akan dilakukan dalam mengevaluasi faktor-faktor internal yang mempengaruhi usaha tani salak Sidempuan adalah matriks IFE, yang mana dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal yang meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara dalam membuat tabel IFE.

5. Menentukan faktor-faktor yang menjadi aspek kekuatan dan aspek kelemahan usaha tani salak Sidempuan pada kolom 1.
6. Memberi bobot (kolom 2) pada setiap faktor-faktor berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan, semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total 1,0.
7. Menghitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor-faktor terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kekuatan) diberi rating mulai dari 1 (tidak setuju) sampai 4 (sangat setuju), sedangkan variabel yang bersifat negatif (semua variabel yang termasuk

dalam kelemahan) kebalikan dari variabel positif diberi rating mulai dari 1 (sangat setuju) sampai 4 (tidak setuju).

8. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).
9. Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha tani bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya, skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan.

Berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran kuisioner kepada responden dihasilkan beberapa faktor internal, yang menjadi bagian dari faktor kekuatan adalah sebagai berikut :

1. Produk berkualitas baik.
2. Harga produk terjangkau.
3. Berpotensi sebagai produk unggulan daerah.
4. Dapat mengurangi pengangguran di desa.
5. Bentuk buah yang besar.
6. Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat.
7. Produksi salak yang banyak.
8. Akses menuju lahan dekat.

Adapun faktor internal yang menjadi bagian dari faktor kelemahan adalah sebagai berikut :

1. Masih menggunakan peralatan manual.
2. Bentuk buah tidak sama / merata.
3. Belum ada manajemen usaha yang baik.
4. Belum ada pembukuan keuangan dari usaha.
5. Pendidikan yang rendah.
6. Modal mengembangkan usaha tani salak terbatas.

Untuk mengukur sejauh mana faktor kekuatan dan faktor kelemahan mempengaruhi strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan, dilakukan analisis strategi IFE dengan memberi penilaian terhadap faktor-faktor kekuatan dan kelemahan tersebut. Hal ini dapat dilihat secara lengkap pada tabel 8.

Tabel 7. Identifikasi Evaluasi Faktor Internal (IFE)

No	Kekuatan	Rating	Bobot	Skor
1	Produk berkualitas baik	2,67	0,137	0,36
2	Harga produk terjangkau	2,46	0,126	0,31
3	Berpotensi sebagai produk unggulan daerah	2,39	0,123	0,29
4	Dapat mengurangi pengangguran di desa	2,53	0,130	0,33
5	Bentuk buah yang besar	2,28	0,117	0,26
6	Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat	2,28	0,117	0,26
7	Produksi salak yang banyak	2,46	0,126	0,31
8	Akses menuju lahan dekat	2,32	0,119	0,27
Total				2,43
Kelemahan				
1	Masih menggunakan peralatan manual	1,32	0,165	0,21
2	Bentuk buah tidak sama / merata	1,32	0,165	0,21
3	Belum ada manajemen usaha yang baik	1,32	0,165	0,21
4	Belum ada pembukuan keuangan dari usaha	1,35	0,170	0,23
5	Pendidikan yang rendah	1,32	0,165	0,21
6	Modal mengembangkan usaha tani salak terbatas	1,32	0,165	0,21
Total				1,32
Total Faktor Kekuatan dan Kelemahan				3,76

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2018

Setelah dilakukan penelitian dengan memberikan pertanyaan pada responden dalam bentuk kuisioner faktor internal kekuatan dan kelemahan seperti di atas, maka dapat dilihat pada tabel di atas faktor kekuatan yang memiliki rating paling tinggi adalah poin nomor 1 yaitu :Produk berkualitas baik, dengan jumlah rating 2,67, bobot sebesar 0,137, dan memiliki skor sebesar 0,36. Faktor kekuatan yang memiliki rating paling rendah adalah poin nomor 5 yaitu : Bentuk buah yang besar, dengan jumlah rating sebesar 2,28, jumlah bobot 0,117, dan memiliki skor sebesar 0,26. Dari hasil yang telah di dapat bahwa salak berpotensi sebagai produk unggulan daerah yang didukung dengan kualitas produk yang baik, maka diharapkan pihak pemerintah daerah Tapanuli Selatan, agar lebih memperhatikan atau lebih aktif dalam melakukan penyuluhan tentang bagaimana upaya untuk mengembangkan usaha tani salak Sidempuan ini agar petani salak juga mendapatkan dampak yang positif dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Parsalakan khususnya petani salak.

Adapun yang termasuk faktor kelemahan ada 6 poin, dimana yang menjadi rating tertinggi adalah poin nomor 4 yaitu :Belum ada pembukuan keuangan dari usaha, dengan jumlah rating 1,35, jumlah bobot 0,170, dan memiliki skor sebesar 0,23. Yang menjadi faktor kelemahan dengan rating terendah adalah poin nomor 2 yaitu :Bentuk buah tidak sama / merata, dengan jumlah rating 1,32, jumlah bobot 0,165, dan memiliki jumlah skor sebesar 0,21.

Dari tahapan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) di atas diperoleh hasil jumlah skor untuk faktor kekuatan sebesar 2,43, sementara jumlah skor faktor kelemahan diperoleh sebesar 1,32, jadi jumlah keseluruhan dari faktor kekuatan dan faktor kelemahan adalah sebesar 3,76.

5.3 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan yang dilihat dari faktor peluang dan faktor ancaman, sebelum membuat matriks EFE, kita perlu mengetahui cara-cara untuk menentukan pembuatan tabel matriks EFE.

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi aspek peluang dan ancaman dari usaha tani salak Sidempuan dalam rangka mengembangkan usaha tani salak Sidempuan (Kolom 1).
2. Beri bobot pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (100%) yang menunjukkan sangat setuju sampai dengan 0,0 (0%) yang menunjukkan hal yang tidak setuju. Namun dalam prakteknya nilai-nilai akan terletak diantara dua nilai ekstrim teoritis tersebut. Hal ini dikarenakan dalam melakukan analisis faktor-faktor internal dan analisis faktor-faktor eksternal perencanaan strategi akan memperhitungkan banyak faktor, sehingga masing-masing faktor diberi bobot yang besarnya diantara kutub 0 dan 1, dimana hal tersebut menunjukkan tingkat kepentingan masing-masing faktor.
3. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala 4 (sangat tinggi) sampai dengan 1 (sangat rendah) berdasarkan pada pengaruh faktor tersebut terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan. Pemberian rating untuk faktor eksternal yang bersifat positif, dalam hal ini faktor peluang, jika faktor peluang besar maka di beri rating 4 dan jika faktor peluang kecil maka diberi rating 1. Untuk faktor eksternal yang bersifat negatif, dalam hal ini faktor ancaman dari usaha tani salak

Sidempuan, diberi rating kebalikan dari faktor peluang, jika faktor ancaman besar maka diberi rating 1, dan jika faktor ancaman kecil diberi rating 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Maka akan dihasilkan pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
5. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk menghasilkan total skor pembobotan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 5.9 matriks EFE.

Tabel 8. Identifikasi Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

No	Peluang	Rating	Bobot	Skor
1	Usaha menghasilkan keuntungan yang potensial	2,35	0,203	0,48
2	Akses menuju pasar dekat	2,39	0,206	0,49
3	Adanya pedagang pengumpul	2,28	0,197	0,45
4	Permintaan salak yang tinggi	2,21	0,191	0,42
5	Memiliki pelanggan-pelanggan tetap	2,32	0,200	0,46
Total				2,31
Ancaman				
1	Dinas pertanian daerah tidak aktif	1,25	0,20	0,25
2	Penyuluhan pengembangan usaha tani salak tidak ada	1,03	0,165	0,17
3	Bayaknya pesaing dalam usaha ini yang dekat dengan lokasi usaha	1,39	0,222	0,31
4	Produk pengganti ada	1,32	0,211	0,27
5	Susahnya proses peminjaman uang untuk penambahan modal Usaha tani salak	1,25	0,20	0,25
Total				1,26
Total Faktor Peluang dan Ancaman				3,57

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2018

Setelah dilakukan identifikasi evaluasi faktor eksternal (EFE), maka dapat dilihat faktor mana yang memiliki nilai rating dan nilai bobot paling tinggi maupun paling rendah pada faktor peluang dan ancaman. Faktor peluang yang memiliki nilai rating paling tinggi adalah poin nomor 2 yaitu :Akses menuju pasar dekat,dengan nilai rating 2,39, nilai bobot 0,206, dan skor 0,49. Sedangkan nilai rating paling rendah pada faktor peluang adalah poin nomor 4 yaitu : permintaan salak tinggi dengan rating 2,21, nilai bobot 0,191, dan skor sebesar 0,42. Dari hasil yang didapat bahwa adanya pedagang pengumpul dan akses menuju pasar

yang dekat memudahkan para petani salak untuk memasarkan produk salaknya ke pasar daerah Tapanuli Selatan maupun ke berbagai daerah di pulau Sumatera.

Faktor ancaman ada 5 poin yang diidentifikasi yaitu : poin yang pertama (dinas pertanian daerah tidak aktif) dengan jumlah rating sebesar 1,25, nilai bobot sebesar 0,20, dan skor sebesar 0,25. Poin yang kedua (penyuluhan pengembangan usaha tani salak tidak ada) dengan jumlah rating sebesar 1,03, nilai bobot sebesar 0,165, dan skor sebesar 0,17. Poin yang ketiga (banyaknya pesaing dalam usaha ini yang dekat dengan lokasi usaha) seperti para petani yang menjalankan usaha tani yang sama dengan petani lainnya dan produk yang sama, dengan jumlah rating 1,39, nilai bobot sebesar 0,222, dan skor sebesar 0,31. Poin yang ke empat (produk pengganti ada) seperti ketika musim buah durian, rambutan, dll, dengan nilai rating sebesar 1,32, nilai bobot sebesar 0,211, dan skor sebesar 0,27. Poin yang kelima (Susahnya proses peminjaman uang untuk penambahan modal Usaha tani salak) dengan nilai rating sebesar 1,25, nilai bobot sebesar 0,20, dan skor sebesar 0,25.

Berdasarkan hasil evaluasi faktor-faktor eksternal dengan menggunakan matriks EFE (*eksternal factor evaluation*), diperoleh jumlah skor pada faktor peluang sebesar 2,31 dan jumlah skor pada faktor ancaman sebesar 1,26. Maka didapat hasil untuk total skor bobot adalah sebesar 3,57.

5.4 Matriks IE

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y

dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu. Menurut Rangkuti, 2001, parameter yang digunakan dalam matrik ini meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail. Diagram matriks IE mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu : Pertama, ketentuan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (grow and build). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. Kedua, divisi-divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (hold and maintain); penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau divestasi (harvest or divest). Penjelasan di atas dapat dilihat pada gambar 8 tentang matriks IE.

	3,76	Total skor faktor strategi internal
--	------	-------------------------------------

3,57 Total skor faktor strategi eksternal	4,0 Tinggi	1. Growth Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2. Growth Konsentrasi melalui integrasi vertikal	3. Retrenchment Turn around
	3,0 Sedang	4. Stability Hati-hati	5. Growth Konsentrasi melalui integrasi horizontal	6. Retrenchment captive company atau diverment
	2,0 Rendah 1,0	7. Growth Diversifikasi konsentrik	8. Growth Diversifikasi konglomerat	9. Retrenchment Bangkrut atau likuiditas
	4,0 Tinggi	4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah 1,0

Gambar 6. Matriks IE Usaha Tani Salak Sidempuan

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE dan matriks EFE, maka dapat diketahui bahwa pada gambar matriks IE diatas posisi dari usaha tani salak Sidempuan berada di kuadran ke-1 (satu). Kuadran ke-1 (satu) ketentuan dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (grow and build). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi strategi yang paling tepat bagi usaha tani salak Sidempuan ini (rangkuti, 2001). Maka dari itu, strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha tani salak Sidempuan adalah mengembangkan usaha salak Sidempuan yang pertama dengan melakukan penetrasi pasar, yaitu dengan menguasai pasar-pasar yang ada di daerah Tapanuli Selatan baik itu pasar modern dan pasar tradisional agar masyarakat lebih tau apa yang menjadi produk unggulan daerah dan lebih menghargai hasil-hasil buah lokal, yang kedua dengan melakukan pengembangan pasar, yaitu dengan adanya pedagang pengumpul di daerah Desa Parsalakan dapat memudahkan petani salak untuk melakukan pengembangan pasar ke daerah-daerah luar Kabupaten Tapanuli Selatan, seperti yang telah berjalan saat ini produk salak telah di ekspor ke berbagai kota besar di pulau Sumatera antara lain : Aceh, Padang, Pekanbaru, Dumai, Perawang, dan yang ketiga dengan

melakukan pengembangan produk olahan dari salak itu sendiri menjadi produk hilir yang lebih bernilai, agar para petani salak tidak hanya menjual dalam bentuk salak mentah tapi mampu membuat produk olahan dari salak itu sendiri seperti yang telah dilakukan oleh sebagian petani salak yaitu membuat es salak, namun diharapkan agar lebih banyak lagi produk hilir dari salak yang dapat dinikmati oleh konsumen sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Parsalakan yang mayoritas adalah petani salak.

5.5 Matriks SWOT

Menurut rangkuti matriks swot adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Berikut dapat dilihat tabel dari matriks SWOT usaha tani salak Sidempuan.

Tabel 9. Matriks SWOT

Internal	Kekuatan (<i>Strengths</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas baik 2. Harga produk terjangkau 3. Berpotensi sebagai produk unggulan daerah 4. Dapat mengurangi pengangguran di desa 5. Bentuk buah yang besar 6. Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat 7. Produksi salak yang banyak 8. Akses menuju lahan dekat 	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih menggunakan peralatan manual 2. Bentuk buah tidak sama / merata 3. Belum ada manajemen usaha yang baik 4. Belum ada pembukuan keuangan dari usaha 5. Pendidikan yang rendah 6. Modal mengembangkan usaha tani salak terbatas
Eksternal	SO Strategy <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan salak(S1O4). 2. Mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan- 	WO Strategy <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan menghasilkan keuntungan usaha yang potensial dapat mengatasi modal pengembangan usaha yang terbatas(W6O1). 2. Dengan adanya pedagang pengumpul bentuk buah yang tidak merata dapat
	Peluang (<i>Opportunities</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha menghasilkan keuntungan yang potensial 2. Akses menuju pasar dekat 3. Adanya pedagang pengumpul 4. Permintaan salak yang tinggi 	

<p>5. Memiliki pelanggan-pelanggan tetap</p>	<p>pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru(S2O5).</p> <p>3. Dengan potensi yang dimiliki sebagai produk unggulan daerah dan didukung oleh akses yang dekat menuju pasar memudahkan produk untuk sampai di pasar daerah tanpa memakan waktu lama(S3O2).</p> <p>4. Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat dan didukung dengan adanya pedagang pengumpul yang memasarkan produk ke luar daerah(S6O3).</p> <p>5. Produksi salak yang banyak dan pasar yang dekat dengan permintaan salak yang tinggi akan menghasilkan keuntungan usaha yang potensial(S7O1).</p>	<p>ditutupi dan dapat dipasarkan ke konsumen(W2O3).</p> <p>3. Permintaan salak yang tinggi dapat mengatasi belum adanya manajemen usaha(W3O4).</p>
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dinas pertanian daerah tidak aktif 2. Penyuluhan pengembangan usaha tani salak tidak ada 3. Banyaknya pesaing dalam usaha ini yang dekat dengan lokasi usaha 4. Produk pengganti ada 5. Susahnya proses peminjaman uang untuk penambahan modal Usaha tani salak 	<p>ST Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat, maka banyaknya pesaing dalam usaha tani salak yang dekat dengan lokasi tidak terlalu berdampak negatif dan perlu pengembangan produk menjadi produk hilir hingga mampu mengatasi persaingan(S6T3). 2. Karena kualitas produk yang baik, maka tidak terlalu berpengaruh dengan adanya produk pengganti(S1T4). 3. Dengan harga produk yang terjangkau maka susahnya proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha tidak ada masalah(S2T5). 4. Dengan produksi salak yang banyak maka perlu dilakukan penyuluhan pengembangan usaha tani salak(S7T2). 	<p>WT Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat manajemen usaha yang baik dalam menjalankan usaha yang memiliki banyak pesaing(W3T3). 2. Membuat pembukuan keuangan dari usaha antisipasi dari susahnya proses peminjaman modal usaha(W4T5). 3. Melakukan penyuluhan pengembangan usaha tani salak dapat membantu modal yang terbatas(W6T2).

	5. Berpotensi sebagai produk unggulan daerah, maka diharapkan dinas pertanian daerah agar lebih aktif dalam pengembangan usaha tani salak(S3T1).	
--	--	--

Sumber : Data Yang diolah, 2018

Dari hasil matriks SWOT diatas maka dapat disimpulkan yang termasuk menjadi strategi SO, WO, ST, dan WT adalah sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang. Berikut strategi SO dari usaha tani salak Sidempuan berdasarkan matriks SWOT.

- Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan salak(S1O4).
- Mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru (S2O5).
- Dengan potensi yang dimiliki sebagai produk unggulan daerah dan didukung oleh akses yang dekat menuju pasar memudahkan produk untuk sampai di pasar daerah tanpa memakan waktu lama(S3O2).
- Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat dengan adanya pedagang pengumpul yang memasarkan produk ke luar daerah(S6O3).
- Produksi salak yang banyak dan pasar yang dekat dengan permintaan salak yang tinggi akan menghasilkan keuntungan usaha yang potensial(S7O1).

2. Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi yang disusun dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berikut strategi WO dari usaha tani salak Sidempuan berdasarkan matriks SWOT.

- Dengan menghasilkan keuntungan usaha yang potensial dapat mengatasi modal pengembangan usaha yang terbatas(W6O1).
- Dengan adanya pedagang pengumpul bentuk buah yang tidak merata dapat ditutupi dan dapat dipasarkan ke konsumen(W2O3).
- Permintaan salak yang tinggi dapat mengatasi belum adanya manajemen usaha(W3O4).

3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman. Berikut strategi ST dari usaha tani salak Sidempuan berdasarkan matriks SWOT.

- Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat, maka banyaknya pesaing dalam usaha tani salak yang dekat dengan lokasi tidak terlalu berdampak negatif dan perlu pengembangan produk menjadi produk hilir hingga mampu mengatasi persaingan(S6T3).
- Karena kualitas produk yang baik, maka tidak terlalu berpengaruh dengan adanya produk pengganti(S1T4).
- Dengan harga produk yang terjangkau maka susah nya proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha tidak ada masalah(S2T5).
- Dengan produksi salak yang banyak maka perlu dilakukan penyuluhan pengembangan usaha tani salak(S7T2).

- Berpotensi sebagai produk unggulan daerah, maka diharapkan dinas pertanian daerah agar lebih aktif dalam pengembangan usaha tani salak(S3T1).

4. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman. Berikut strategi WT dari usaha tani salak Sidempuan berdasarkan matriks SWOT.

- Membuat manajemen usaha yang baik dalam menjalankan usaha yang memiliki banyak pesaing(W3T3).
- Membuat pembukuan keuangan dari usaha antisipasi dari susah nya proses peminjaman modal usaha(W4T5).
- Melakukan penyuluhan pengembangan usaha tani salak dapat membantu modal yang terbatas(W6T2).

5.6 Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif di atas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor setta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim

digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).

2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadranSWOT.

Tabel 10. Identifikasi Evaluasi Faktor Internal (IFE)

No	Kekuatan	Rating	Bobot	Skor
1	Produk berkualitas baik	2,67	0,137	0,36
2	Harga produk terjangkau	2,46	0,126	0,31

3	Berpotensi sebagai produk unggulan daerah	2,39	0,123	0,29
4	Dapat mengurangi pengangguran di desa	2,53	0,130	0,33
5	Bentuk buah yang besar	2,28	0,117	0,26
6	Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat	2,28	0,117	0,26
7	Produksi salak yang banyak	2,46	0,126	0,31
8	Akses menuju lahan dekat	2,32	0,119	0,27
Total				2,43
Kelemahan				
1	Masih menggunakan peralatan manual	1,32	0,165	0,21
2	Bentuk buah tidak sama / merata	1,32	0,165	0,21
3	Belum ada manajemen usaha yang baik	1,32	0,165	0,21
4	Belum ada pembukuan keuangan dari usaha	1,35	0,170	0,23
5	Pendidikan yang rendah	1,32	0,165	0,21
6	Modal mengembangkan usaha tani salak terbatas	1,32	0,165	0,21
Total				1,32
Total (Kekuatan + Kelemahan)				3,76

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2018

Tabel 11. Identifikasi Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

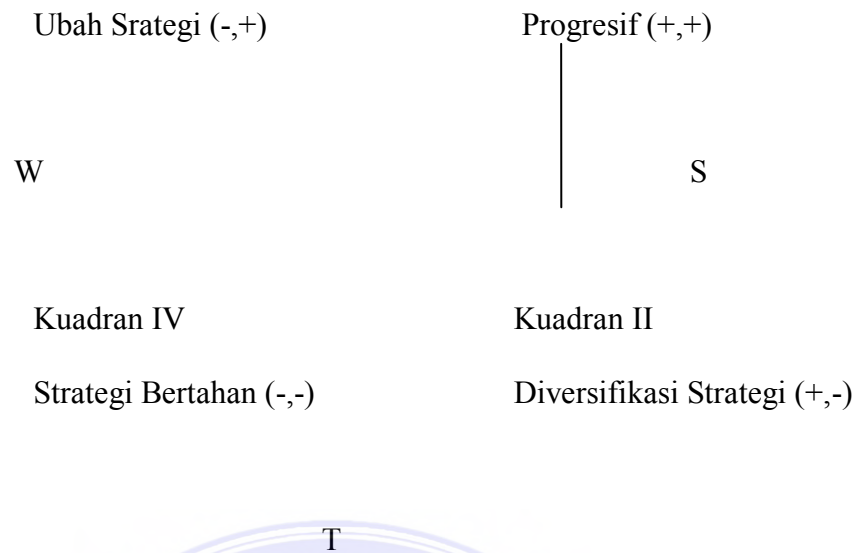
No	Peluang	Rating	Bobot	Skor
1	Usaha menghasilkan keuntungan yang potensial	2,35	0,203	0,48
2	Akses menuju pasar dekat	2,39	0,206	0,49
3	Adanya pedagang pengumpul	2,28	0,197	0,45
4	Permintaan salak yang tinggi	2,21	0,191	0,42
5	Memiliki pelanggan-pelanggan tetap	2,32	0,200	0,46
Total				2,31
Ancaman				
1	Dinas pertanian daerah tidak aktif	1,25	0,20	0,25
2	Penyuluhan pengembangan usaha tani salak tidak ada	1,03	0,165	0,17
3	Bayaknya pesaing dalam usaha ini yang dekat dengan lokasi usah	1,39	0,222	0,31
4	Produk pengganti ada	1,32	0,211	0,27
5	Susahnya proses peminjaman uang untuk penambahan modal Usaha tani salak	1,25	0,20	0,25
Total				1,26
Total (Peluang + Ancaman)				3,57

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2018

Kuadran III

O

Kuadran I



Gambar 7. Diagram Analisis SWOT Salak Sidempuan
 Sumber : Data Yang diolah, 2018

Maka dari hasil pendekatan kuantitatif analisis SWOT diatas, strategi yang akan di ambil dalam pengembangan usaha tani salak Sidempuan ini adalah strategi progresif yang berada pada kuadran I dimana Posisi ini menandakan sebuah usaha yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan, artinya usaha dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal, strategi progresif usaha tani salak Sidempuan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan salak. Dalam hal ini petani salak Desa Parsalakan harus melakukan beberapa langkah, yaitu : yang pertama, lebih menjaga kualitas produk nya dengan memberikan perawatan yang baik terhadap tanaman salak dengan memotong pelepah sekurang-kurangnya 1 kali dalam 6 bulan. Petani salak tidak perlu memberi perlakuan pupuk terhadap tanaman salak karena kondisi daerah yang merupakan dataran tinggi dan memiliki kelembapan tanah yang cukup untuk memenuhi

kebutuhan air tanaman salak, hal ini mampu mengecilkan biaya pengeluaran dari petani itu sendiri. Yang kedua, untuk proses panen petani salak melakukan dua sistem yaitu panen 1 kali dalam 1 minggu (untuk menghasilkan salak biasa), panen 1 kali dalam 2 minggu (untuk menghasilkan salak super dan manis).

2. Mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru. Harus tetap mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen dengan cara mengatur waktu pemanenan salak agar tidak terjadi banjir buah salak dipasaran, melakukan pembagian tipe untuk di jual ke pedagang pengumpul dengan 3 tipe yaitu : tipe yang pertama disebut tipe A yang berarti berisi buah-buah salak yang memiliki ukuran besar dengan harga jual ke pedagang pengumpul sebesar Rp.120.000,00 / goni, tipe yang kedua disebut tipe B yang berarti berisi buah-buah salak yang memiliki ukuran sedang dengan harga jual ke pedagang pengumpul sebesar Rp.90.000,00 / goni dan tipe yang ketiga disebut tipe pemilihan yang artinya sisa dari tipe A dan tipe B tadi dengan harga jual ke pedagang pengumpul sebesar Rp.45.000,00 / goni, sedangkan jika petani menjual langsung salak ke konsumen yang datang ke lokasi kebun salak akan dijual dengan harga yang tinggi dengan kualitas salak manis dan super, sehingga para pelanggan juga tetap dapat membeli salak-salak yang masih dalam keadaan segar dan menambah pelanggan-pelanggan baru.
3. Dengan potensi yang dimiliki sebagai produk unggulan daerah dan didukung oleh akses yang dekat menuju pasar memudahkan produk untuk

sampai di pasar daerah tanpa memakan waktu lama, berdasarkan informasi yang didapat dari para petani salak Desa Parsalakan, salak yang di produksi dapat tahan dalam waktu yang cukup lama dalam ukuran buah yaitu satu minggu, hal ini akan mendukung mudahnya pemasaran dan penetrasi pasar ke pasar daerah maupun luar daerah Tapanuli Selatan dan didukung sebagai produk unggulan daerah yang sudah menjadi khas dari daerah Tapanuli Selatan.

4. Produk dapat diserap pasar kecamatan angkola barat atau diluar kecamatan angkola barat dengan adanya pedagang pengumpul yang memasarkan produk ke luar daerah. Maka perlu peran pemerintah untuk lebih memperhatikan dan mendukung pengembangan produk salak yang menjadi ciri khas dan dapat diterima pasar daerah maupun luar daerah ke produk hilir yang lebih bernilai jual tinggi, sehingga para petani merasakan keuntungan yang lebih besar lagi.
5. Produksi salak yang banyak dan pasar yang dekat dengan permintaan salak yang tinggi akan menghasilkan keuntungan usaha yang potensial, maka perlu dilakukan manajemen usaha yang lebih baik agar pertumbuhan usaha petani salak Sidempuan ini lebih maju dan tidak ada kesan yang begitu-begitu saja dan lebih kreatif dalam mengembangkan produk olahan dari salak ini, sehingga dengan modal yang terbatas dapat menuai keuntungan yang besar bagi petani salak itu sendiri.

Berdasarkan uraian yang telah disajikan diatas bahwasanya usaha tani salak Sidempuan sangat potensial untuk di kembangkan sebagai produk unggulan daerah Tapanuli Selatan dan menjadi ciri khas dari daerah, dimulai dari produksi

yang tinggi, permintaan yang tinggi, akses pasar yang dekat, dan dapat diterima oleh pasar luar daerah Tapanuli Selatan, maka peran pemerintah sangat penting untuk lebih memperhatikan petani salak ini sehingga dapat lebih baik dalam mengelola usaha taninya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Salak

Tanaman salak merupakan salah satu tanaman buah-buahan yang mempunyai prospek sebagai usaha pertanian yang berbasis agribisnis. Daerah asal tanaman salak tidak jelas, tetapi diduga dari Thailand, Malaysia dan Indonesia. Beberapa sumber menyatakan bahwa tanaman salak (*Salacca edulis*) berasal dari Pulau Jawa. Diperkirakan tanaman salak bermula dari biji-bijinya yang dibawa oleh para saudagar saat masa penjajahan hingga menyebar keseluruh Indonesia, bahkan sampai ke Filipina, Malaysia, Brunei dan Muangthai (Guntoro et al,2010).

Tanaman salak ini tumbuh secara berumpun dan tinggi tanamannya dapat mencapai 7 m, tetapi rata-rata yang tumbuh tidak lebih dari 4,5 m. Tanaman ini merupakan tanaman berumah dua yang dapat menghasilkan bunga jantan terpisah dengan tanaman yang menghasilkan bunga betina. Batang berduri hampir tidak terlihat karena tertutup oleh pelepah daun yang tumbuh rapat. Daun tersusun berbentuk roset seperti pedang dengan panjang antara 2,5 – 7 m. Bunga jantan dan bunga betina merupakan bunga majemuk yang masing-masing tersusun dalam bunga tongkol. Buah tersusun dalam tandan yang masing-masing muncul dari ketiak daunnya. Buah yang dihasilkan biasanya berbentuk bulat atau bulat telur terbalik dengan bagian pangkal meruncing. Kulit buah salak ini mempunyai sisik dan tersusun rapih seperti genteng. Warna buah salak ini beragam dari kuning sampai hitam. Tiap buah salak terdiri dari 3 septa daging buah. Rasanya

bervariasi, ada yang manis, asam, sepat atau kombinasi dari ketiganya (Widyastuti, 1996).

Menurut Aralas (2009). Buah salak merupakan salah satu buah yang memiliki kandungan antioksidan lebih tinggi dibandingkan dengan jenis buah tropis yang lain yaitu buah alpukat, jeruk, pepaya, mangga, kiwi, lemon, nanas, apel, rambutan, pisang, melon dan semangka.

Salak merupakan buah musiman yang cukup produktif yang dapat menghasilkan buah sepanjang tahun dan sangat melimpah. Buah salak dalam satu tandan memiliki tingkat kematangan dan ukuran yang tidak seragam (Tim karya mandiri, 2010). Salak Sidempuan memiliki ciri khusus dibandingkan dengan salak – salak lainnya yaitu, Buahnya berbentuk bulat telur terbalik cenderung ke bulat. Kulit buahnya bersisik besar dan berwarna coklat kehitaman. Uniknya, daging buahnya yang tebal berwarna kuning tua dan bersemburat merah. Rasanya manis bercampur asam, berair, dan tidak terasa sepatnya. Bijinya berukuran relatif besar dan berwarna cokelat muda. Ukuran buahnya bervariasi dari kecil sampai besar.

Menurut Widyastuti (1996), Tanaman salak dapat tumbuh hampir di seluruh daerah di Indonesia. Akan tetapi, untuk dapat tumbuh dengan produktif tanaman ini membutuhkan lingkungan yang ideal. Ketinggian tempat yang diinginkan berkisar antara 1 – 400 m di atas permukaan laut dengan curah hujan rata-rata 200 – 400 mm /bulan. Suhu udara harian daerah antara 20o – 30oC dan terkena sinar matahari antara 50 – 70% menjadi tempat yang baik untuk pertumbuhannya. Jenis tanah yang ideal adalah tanah yang gembur, mengandung bahan organik, dengan air tanah yang dangkal, dan mampu menyimpan air tetapi tidak mudah tergenang.

2.2 Kondisi Sosial Ekonomi

Tinjauan sosial ekonomi penduduk meliputi aspek sosial, aspek sosial budaya, dan aspek desa yang berkaitan dengan kelembagaan dan aspek peluang kerja. Aspek ekonomi desa dan peluang kerja berkaitan erat dengan masalah kesejahteraan masyarakat desa. Kecukupan pangan dan keperluan ekonomi bagi masyarakat baru terjangkau bila pendapatan rumah tangga mereka cukup untuk menutupi keperluan rumah tangga dan pengembangan usaha – usahanya (Basrowi dan Juriyah, 2010).

Menurut Sumardi dan Evers (2000) keadaan sosial ekonomi yaitu sebagai berikut :

- a. Lebih berpendidikan.
- b. Mempunyai status sosial yang ditandai dengan tingkat kehidupan, kesehatan, pekerjaan, pengenalan diri terhadap lingkungan.
- c. Mempunyai tingkat mobilitas ke atas lebih besar.
- d. Mempunyai ladang luas.
- e. Lebih berorientasi pada ekonomi komersial produk.
- f. Mempunyai sikap yang lebih berkenaan dengan kredit.
- g. Pekerjaan lebih spesifik.

Kondisi sosial ekonomi menurut Basrowi dan Juriyah (2010) adalah keadaan atau kedudukan seseorang dalam masyarakat sekelilingnya. Manfaat dalam konteks sosial ekonomi bagi masyarakat dari suatu program pendidikan adalah berupa perbaikan dalam hal penghasilan, produktivitas, kesehatan, nutrisi, kehidupan keluarga, kebudayaan, rekreasi, dan partisipasi masyarakat. Perbaikan penghasilan dan sebagian produktivitas adalah merupakan manfaat ekonomi bagi

masyarakat. Perbaikan penghasilan dan sebagian produktivitas adalah merupakan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Perbaikan dari sebagian produktivitas, kesehatan, makanan, kehidupan keluarga, kebudayaan, kebudayaan, rekreasi dan partisipasi adalah merupakan manfaat sosial bagi masyarakat.

Agar anak dapat memperoleh pendidikan yang baik maka orang tua harus pandai mengarahkan agar anaknya tidak terpengaruh apabila kondisi sosial mereka tidak mendukung tercapainya pendidikan dengan baik. Orang tua juga harus mengusahakan agar lingkungan sosial di sekitar dapat dijadikan sebagai pendukung tercapainya pendidikan yang maksimal.

Kondisi sosial ekonomi adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur sosial dan merupakan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula dengan posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pembawa status (Dewi, 2009).

2.3 Konsep Manajemen Strategis

Menurut Daft (2010), strategi adalah tindakan yang bersifat *Incremental* (senantiasa meningkat) dan terus – menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2012).

Sedangkan Mulyadi (2001) berpendapat bahwa strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi. Strategi membentuk pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi, Dengan tindakan berpola, perusahaan dapat mengerahkan dan mengarahkan seluruh sumber daya organisasi secara efektif ke perwujudan visi organisasi. Sebagai contoh, perusahaan yang memilih differentiation strategy akan memilih pola tindakan untuk menjadikan perusahaan berbeda karena keunggulannya di dalam persaingan. Di lain pihak, perusahaan yang memilih low cost strategy akan memilih pola tindakan yang berfokus ke pengelolaan aktivitas (activity management) untuk menjadikan perusahaan unggul dalam persaingan biaya penyediaan produk dan jasanya terendah di antara para pesaingnya

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Termasuk didalamnya pengamatan lingkungan (eksternal maupun internal), perumusan strategi (perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, evaluasi, serta pengendalian. Bidang ilmu manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan dengan melihat kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan (Setiawan, 1996).

Menurut David (2011), manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau

operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Menurut Murtie (2012), manajemen strategis adalah cara menumbuhkan dan mengatur strategi sebuah organisasi atau perusahaan sehingga bisa mencapai tujuannya dengan baik dan tepat sesuai sasaran dan waktu yang telah ditetapkan. Hal itu akan membentuk sebuah strategi 10 menentukan arah dan langkah-langkah selanjutnya yang akan dipakai untuk kemajuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemikiran-pemikiran serius dan mumpuni untuk mengatur strategi.

Menurut David (2004), ada tiga tahapan dalam manajemen strategis yaitu perumusan masalah, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Ketchen (2009) mendefinisikan manajemen strategis sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategik dalam implementasinya ditentukan oleh tahapan identifikasi lingkungan (internal dan eksternal), perumusan strategi, implementasi strategi, pemantauan dan evaluasi strategi.

Menurut Aime Heene dan Desmidt (2010), manajemen strategi adalah kesatuan proses manajemen pada suatu organisasi yang berulang-ulang dalam menciptakan nilai serta kemampuan untuk menghantar dan memperluas distribusinya kepada pemangku kepentingan ataupun pihak lain yang berkepentingan. Terdapat 5 tugas dalam manajemen strategi:

1. Mengembangkan visi dan misi
2. Menetapkan tujuan dan sasaran
3. Menciptakan suatu strategi mencapai sasaran

4. Mengimplementasikan dan melaksanakan strategi
5. Mengevaluasi strategi dan pengarahannya

2.4 Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2012: 628).

Menurut Anoraga (2007:66) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Sedangkan menurut Suryana (2006:156) menyatakan bahwa pengembangan suatu usaha dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (*diseconomics of scale*), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan

usaha(economics of scope). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (learning curve) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

2.5 Analisis SWOT

SWOT adalah akronim untuk kekuatan – kekuatan (*Strengths*), kelemahan–kelemahan (*Weaknesses*), kesempatan–kesempatan (*Oppurtunities*), dan ancaman–ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan–kekuatan dan kelemahan–kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan–kesempatan eksternal dan tantangan–tantangan yang dihadapi. Menurut Rangkuti (2009), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).

Menurut David (2009), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan kesempatan/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*) :

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan - keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang di harapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (*Weaknesses*) :

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan – kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan – peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan. Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis

SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka/panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

2.5.1 Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Matriks IFE, yang mana dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal yang meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara dalam membuat tabel IFE.

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi aspek kekuatan dan aspek kelemahan usaha tani salak Sidempuan pada kolom 1.
2. Memberi bobot (kolom 2) pada setiap faktor-faktor berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan, semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total 1,0.
3. Menghitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh

faktor-faktor terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kekuatan) diberi rating mulai dari 1 (tidak setuju) sampai 4 (sangat setuju), sedangkan variabel yang bersifat negatif (semua variabel yang termasuk dalam kelemahan) kebalikan dari variabel positif diberi rating mulai dari 1 (sangat setuju) sampai 4 (tidak setuju).

4. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).

2.5.2 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Melakukan identifikasi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi suatu usaha yang dilihat dari faktor peluang dan faktor ancaman, sebelum membuat matriks EFE, kita perlu mengetahui cara-cara untuk menentukan pembuatan tabel matriks EFE.

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi aspek peluang dan ancaman dari usaha tani salak Sidempuan dalam rangka mengembangkan usaha tani salak Sidempuan (Kolom 1).
2. Beri bobot pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (100%) yang menunjukkan sangat setuju sampai dengan 0,0 (0%) yang menunjukkan hal yang tidak setuju. Namun dalam prakteknya nilai-nilai akan terletak diantara dua nilai ekstrim teoritis tersebut. Hal ini dikarenakan dalam melakukan analisis faktor-faktor internal dan analisis faktor-faktor eksternal perencana strategi akan memperhitungkan banyak

faktor, sehingga masing-masing faktor diberi bobot yang besarnya diantara kutub 0 dan 1, dimana hal tersebut menunjukkan tingkat kepentingan masing-masing faktor.

3. Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala 4 (sangat tinggi) sampai dengan 1 (sangat rendah) berdasarkan pada pengaruh faktor tersebut terhadap strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan. Pemberian rating untuk faktor eksternal yang bersifat positif, dalam hal ini faktor peluang, jika faktor peluang besar maka di beri rating 4 dan jika faktor peluang kecil maka diberi rating 1. Untuk faktor eksternal yang bersifat negatif, dalam hal ini faktor ancaman dari usaha tani salak Sidempuan, diberi rating kebalikan dari faktor peluang, jika faktor ancaman besar maka diberi rating 1, dan jika faktor ancaman kecil diberi rating 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Maka akan dihasilkan pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.

2.5.3 Matriks IE

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu. Menurut Rangkuti, 2001, parameter yang digunakan dalam matriks ini meliputi

parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail. Diagram matriks IE mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu : Pertama, ketentuan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (grow and build). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. Kedua, divisi-divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (hold and maintain); penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau divestasi (harvest or divest). Penjelasan di atas dapat dilihat pada gambar 8 tentang matriks IE.

2.5.4 Matriks SWOT

Menurut rangkuti matriks swot adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Perumusan strategi SWOT dilakukan melalui matrik SWOT menghasilkan 4 (empat) set alternatif strategi sebagai berikut:

- a. Strategi SO, yaitu pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar – besarnya.

- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi segala ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
- d. Strategi WT, yaitu meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman.

Matriks SWOT terdiri dari sembilan sel. Ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel selalu dibiarkan kosong (sel kiri atas). Empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam pembuatan matriks SWOT.

Tabel 5. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*)

Internal Factor	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
External Factor		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Sumber: David (2009).

2.5.5 Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor setta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).
2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka ($d = x$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka ($e = y$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadranSWOT.

2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu Hastuti (2013), pada penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronojiwo Kabupaten Lumajang”. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui perkembangan salak Pronojiwo Lumajang dan peluang pengembangan salak Pronojiwo Lumajang tersebut di era ASEAN-China Free Trade Area, untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi pengembangan salak Pronojiwo Lumajang ditinjau dari sisi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*), dan untuk menentukan strategi yang sesuai untuk pengembangan salak Pronojiwo Lumajang. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April sampai dengan Mei 2011, penelitian ini dilakukan di kecamatan Pronojiwo, penetapan lokasi penelitian dengan mempertimbangkan bahwa kecamatan pronojiwo merupakan daerah yang pertama kali mengembangkan salak pondoh di kabupaten Lumajang. Dalam penelitian ini populasi responden adalah petani salak di kecamatan Pronojiwo, pedagang salak, petugas pertanian kecamatan dan petugas pertanian kabupaten. Dari jumlah petani yang ada kemudian ditentukan sampel dengan menggunakan metode *Sample Random Sampling* (acak sederhana) sebanyak 40 petani yang diharapkan dapat mewakili dan menjelaskan keseluruhan populasi yang ada. Adapun metode yang digunakan adalah survei data yang digunakan adalah survei data yang dikumpulkan melalui analisa dokumen, observasi dan wawancara. Teknik pengambilan data penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data sebagai bahan pembahasannya, yang meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden dan kondisi fisik dilapangan yang didapatkan saat penelitian yang menyangkut faktor internal maupun eksternal dari obyek penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis situasi dengan model yang paling populer saat ini yaitu analisis SWOT. Dalam lima tahun terakhir 2006 – 2010 menunjukkan bahwa

perkembangan luas tanam, luas panen, produktifitas, produksi salak pondoh di kecamatan pronojiwo Kab.Lumajang mengalami perkembangan yang signifikan, yaitu rata – rata kenaikannya sebesar 21,25% tiap tahunnya. Faktor – faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi terhadap pengembangan salak di Kabupaten Lumajang antara lain: faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta pada faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Berdasarkan diagram analisis SWOT posisi pengembangan salak di kecamatan Pronojiwo pada kuadran I yang berarti Grand Strategy atau Strategy utama adalah Strategi Agresy. Sedangkan berdasarkan matrik internal eksternal berada pada kuadran I yang berarti strategi pengembangan salak di Kecamatan Pronojiwo pada strategi pertumbuhan.

Sitompul (2013), dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Agroindustri Salak”.Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait dengan penelitian. Adapun metode analisis data yang digunakan untuk masalah yang 1 yaitu metode analisis deskriptif dengan melihat faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam mengembangkan agroindustri salak di daerah penelitian. Untuk masalah yang ke 2 digunakan metode analisis SWOT dari usaha salak di daerah penelitian untuk menentukan strategi pengembangan usaha. Kekuatan agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah ketersediaan bahan baku yang melimpah, ketersediaan tenaga kerja yang banyak,

banyaknya variasi produk, memiliki sertifikat produk, jumlah produksi terus bertambah, dan produk sudah mulai dikenal masyarakat. Kelemahan agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja profesional, dan kurangnya kemitraan industri. Peluang agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah pemasaran produk cukup luas, adanya dukungan pemda, sarana dan prasarana (jalan, listrik, telekomunikasi) yang mendukung, sistem birokrasi baik dan keamanan kondusif, nilai jual olahan salak tinggi, dan ketersediaan lahan yang luas. Ancaman agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah ketidakstabilan harga salak, kurangnya partisipasi petani dalam pelatihan, kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab. Strategi pengembangan agroindustri salak di daerah penelitian berada pada daerah kuadran I. Hal ini berarti bahwa pengembangan agroindustri salak berada pada strategi SO (*Strengths – Opportunities*) atau strategi agresif (*growth oriented strategy*) dengan ini seharusnya melakukan kegiatan dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi olahan salak dan melakukan pemasaran produk hingga ke luar negeri dan memanfaatkan dukungan Pemkab, sarana dan prasarana untuk mempromosikan berbagai produk yang telah bersertifikat.

Palit (2017), dengan judul penelitian tentang “Strategi Pengembangan Agroindustri Dodol Salak Di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri dodol salak di desa pangu satu, kecamatan ratahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi internal dan eksternal dalam mengembangkan agroindustri dodol salak di desa pangu satu.

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu dari bulan maret sampai dengan mei 2017 dan mengambil lokasi di desa pangu satu, kecamatan ratahan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dimana data primer didapat dari wawancara langsung kepada pihak responden. Terdapat dua faktor variabel yang akan diukur dalam penelitian ini, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan (Strengths and Weakness), faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman (Opportunities and Threats). Data sekunder di dapat dari instansi – instansi yang terkait. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, strategi pengembangan dodol salak di Desa Pangu Satu adalah: Menerapkan strategi agresif, yaitu dengan menciptakan proses sortiran bahan baku dan peralatan produksi yang lebih baik serta memanfaatkan tenaga kerja untuk menghasilkan produk yang unggul; melalui proses sortir pemilihan bahan baku yang baik untuk meningkatkan pendapatan; perusahaan menggunakan produk yang bebas dari bahan pengawet dan pewarna untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk olahan; meningkatkan proses sortir bahan baku dan kualitas kesehatan produk untuk lebih dapat bersaing dengan perusahaan yang ada; bekerjasama bukan hanya dengan satu pemasok (petani); menambah modal melalui instansi-instansi terkait seperti Bank atau instansi lainnya; mengadakan pelatihan sumberdaya manusia untuk meningkatkan proses kerja perusahaan dan menambah peluang bagi pengusaha untuk menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi angka pengangguran; meningkatkan pendapatan modal untuk

mencegah terjadinya pembajakan tenaga kerja dan memanfaatkan modal untuk kegiatan prasarana dan sarana transportasi.

Putra (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Pada UMKM Azizah Di Kabupaten Banjarnegara”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis faktor internal yang telah diteliti pada UMKM Azizah, diketahui perusahaan memiliki 7 kekuatan yaitu Adanya *Job Description* yang jelas, Kemudahan dalam memperoleh karyawan, Koordinasi yang kuat antar divisi, Pengadaan bahan baku yang memadai, Produk sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Banjarnegara, ketersediaan modal yang mencukupi, dan Mutu produk yang stabil. Terdapat 5 kelemahan pada perusahaan yaitu Pencatatan data keuangan dan administrasi yang belum terkomputerisasi, Kurang gencarnya promosi, Pendistribusian produk masih minim, Teknologi pengolahan salak masih tradisional, dan sistem informasi dan komunikasi kurang memadai. Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal yang telah diteliti, UMKM Azizah memiliki 5 peluang yaitu Pasar yang masih terbuka, Perkembangan teknologi pengolahan salak, loyalitas konsumen, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dan kesempatan bekerjasama dengan petani lokal terbuka luas. Perusahaan juga memiliki 5 ancaman yaitu kerusakan bahan baku akibat perubahan iklim, Kurangnya peran pemerintah, Potensi munculnya pesaing baru, keberadaan pesaing saat ini, dan harga bahan baku yang berfluktuatif. Terdapat beberapa alternatif strategi pengembangan bisnis yang dihasilkan berdasarkan analisis formulasi strategi menggunakan SWOT adalah (SO1) Meningkatkan kapasitas produksi, (SO2) Melakukan penetrasi pasar, (WO) Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan

komunikasi, (ST1) Meningkatkan mutu produk untuk mengungguli pesaing yang sudah ada, (ST2) Memantapkan produk agar tidak mudah ditiru oleh pesaing baru, dan (WT) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing.

Cahyani (2017) dalam skripsi yang berjudul tentang “Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Salak di Kabupaten Tapanuli Selatan” hasil penelitian menunjukkan bahwa mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta merumuskan strategi pengembangan agribisnis salak di Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian diperoleh strategi untuk mengembangkan agribisnis salak di Tapanuli Selatan yaitu: (1) mengintegrasikan kegiatan budidaya, pengolahan, serta pemasaran melalui kegiatan wisata dengan konsep agroedutourism, (2) melakukan kerja sama dengan lembaga perbankan dan lembaga keuangan melalui fasilitas Pemerintah untuk meningkatkan permodalan, (3) meningkatkan nilai tambah petani melalui pelatihan pengolahan hasil panen, dan (4) rehabilitasi tanaman salak yang sudah tua.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) di desa parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan, dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah penghasil salak terbesar di Kabupaten Tapanuli Selatan menurut data yang didapatkan peneliti dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2018 sampai dengan selesai.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode simpel random sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah petani salak yang berada di desa parsalakan, kecamatan angkola barat, kabupaten tapanuli selatan sebanyak 28 orang, dari jumlah populasi yang ada sebanyak 560 petani.

Berdasarkan Pra-survei di desa parsalakan tepatnya kepada kepala desa dari Desa Parsalakan yang dilakukan pada bulan Agustus 2018 menyatakan bahwa jumlah populasi yang ada di Desa Parsalakan sebanyak 560 petani salak. Maka metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *metode simpel random sampling*, sebagaimana ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini, mayoritas petani salak di desa parsalakan memiliki luas lahan sebesar 0,5-2 Ha

sehingga dengan alasan ini peneliti membatasi kriteria responden yaitu memiliki luas lahan 0,5 – 2 Ha, dengan lama bertani salak selama 5 tahun.

Sebagian penelitian mengatakan bahwa ukuran sampel tidak boleh kurang dari 10% dari ukuran populasi tetapi sebagian lagi mengatakan tidak boleh kurang dari 5%, akan tetapi patokan ini juga tidaklah kaku, karena besarnya ukuran contoh yang diambil banyak ditentukan oleh faktor – faktor lain (Lubis Zulkarnain, 2009 : 115).

Berdasarkan pernyataan di atas maka sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 5% dari populasi petani yang berjumlah 560, sehingga didapati sampel sebanyak 28 petani salak yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan.

3.3 Metode Pengambilan Data

Data yang di gunakan berupa data primer dan data sekunder. Lofland dalam Moleong (2006: 157) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Penelitian ini, data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian melalui wawancara sumber atau informan yang berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan.

Lofland dalam Moleong (2006: 157) data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam penelitian untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. Data sekunder dapat berupa studi pustaka yang berasal dari buku - buku, penelitian lapangan, maupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Berbagai dokumen dihasilkan melalui objek penelitian yang dipergunakan untuk mendukung data primer dan memperkuat data dalam

melakukan penelitian. Data sekunder di dapatkan melalui badan pusat statistik sumatera utara, dinas pertanian sumatera utara, instansi lain yang terkait dengan penelitian ini, dan literature yang mendukung penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas metode pengambilan data yang dilakukan pada proposal penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, questioner, dan kajian pustaka yang membantu melengkapi data pendukung proposal penelitian ini agar menjadi lebih baik.

3.4 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis metode penelitian analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan dengan melukiskan keadaan obyek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk keadaan menarik/mengambil kesimpulan yang berlaku umum (Marzuki, 2003:63).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif dan kuantitatif. Menurut Hasan (2005:41) yang dimaksud dengan metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dari obyek itu sendiri, sedangkan pengertian kuantitatif, penelitian yang menggunakan angka dalam proses penghitungan dan pengenalisan hasil penelitian. Anggota yang di diperoleh dalam penelitian jenis ini dengan menentukan populasi dan sampel.

Rangkuti (1997) yang menyatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau

Opportunities. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau *Threats* dan kelemahan atau *Weaknesses*. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. Artinya, perencana strategis harus menganalisa berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan. Tidak mengherankan jika analisis swot juga disebut dengan nama Analisis Situasi. Tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*strengths*), mengatasi kelemahan (*weaknesses*), menemukan peluang (*opportunities*) dan strategi menghadapi beragam ancaman (*threats*). Ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan ke empat elemen tersebut maka kesempurnaan dalam meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan berjalan lebih baik dengan hasil yang optimal.

Untuk menentukan hasil dari penelitian dilakukan dengan melalui beberapa tahapan yaitu ;

3.4.1 Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Matriks IFE, yang mana dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal yang meliputi aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara dalam membuat tabel IFE.

3.4.2 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Melakukan identifikasi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi suatu usaha yang dilihat dari faktor peluang dan faktor ancaman, sebelum

membuat matriks EFE, kita perlu mengetahui cara-cara untuk menentukan pembuatan tabel matriks EFE.

3.4.3 Matriks IE

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu.

3.4.4 Matriks SWOT

Menurut rangkuti matriks swot adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Perumusan strategi SWOT dilakukan melalui matrik SWOT menghasilkan 4 (empat) set alternatif strategi sebagai berikut:

- a. Strategi SO, yaitu pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar – besarnya.
- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi segala ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
- d. Strategi WT, yaitu meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman.

Matriks SWOT terdiri dari sembilan sel. Ada empat sel faktor kunci, empat sel strategi, dan satu sel selalu dibiarkan kosong (sel kiri atas). Empat sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci, diberi nama S, W, O, T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam pembuatan matriks SWOT.

Tabel 3.6. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*)

Internal Factor	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
External Factor		
OPPORTUITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Minimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Sumber: David (2009).

3.4.5 Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor setta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor

yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).

2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y;
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadranSWOT.

3.5 Defenisi Operasional

1. Responden adalah petani salak yang berdomisili di desa parsalakan, kecamatan angkola barat, kabupaten tapanuli selatan.
2. Usaha tani merupakan kegiatan usaha manusia yang mengusahakan tanahnya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Sosial Ekonomi merupakan kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan.
4. SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu

spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats).

5. Faktor internal adalah faktor dari dalam sumber daya itu sendiri yang menggambarkan tentang keadaan lingkungannya, meliputi dua bagian yaitu kekuatan dan kelemahan.
6. Kekuatan adalah karakteristik yang memberikan kelebihan / keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya.
7. Kelemahan adalah karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan pada sumber daya dibandingkan dengan yang lainnya.
8. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar sumber daya yang ada, meliputi dua bagian yaitu peluang dan ancaman.
9. Peluang adalah peluang dapat dimanfaatkan untuk dapat berkembang di kemudian hari.
10. Ancaman adalah ancaman yang akan dihadapi dalam mengembangkan dan menghambat perkembangan sumber daya.

BAB IV

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1 Kondisi Geografis

Desa Parsalakan terletak di Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan, yang memiliki luas areal sekitar 28,60 km² dengan topografi berbukit-bukit dan datar, diapit oleh dua gunung yaitu gunung sanggarudang dan gunung lubuk raya. Desa parsalakan dibagi menjadi 6 dusun yaitu dusun huta lambung, dusun huta koje, dusun huta tunggal, dusun lobu jelok, dusun aek lubuk, dusun huta tonga. Batas-batas daerah desa parsalakan sebagai berikut : sebelah utara berbatasan dengan Desa Paya Tobotan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Aek Latong Siamporik, sebelah barat berbatasan dengan Desa Aek Nabara,sebelah timur berbatasan dengan Desa Sawah Sialogo.

4.2 Kondisi Sosial Ekonomi

Desa parsalakan memiliki jumlah kepala keluarga sebanyak 674 (KK), dengan jumlah petani salak sebanyak 560 petani. Jumlah keseluruhan penduduk Desa Parsalakan sebanyak 2.590 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.257 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.333 jiwa, yang mana sebagian besar penduduk Desa Parsalakan berprofesi sebagai petani salak. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat desa Parsalakan kegiatan usaha tani salak sudah dilakukan secara turun-temurun dan sistem bertani yang sama. Proses panen yang dilakukan petani salak desa Parsalakan untuk salak manis dilakukan selama 1 kali dalam 2 minggu, sedangkan untuk jenis salak biasa bisa dilakukan panen 1 kali dalam 1 minggu tergantung kebutuhan sehari-hari petani itu sendiri dengan menggunakan alat panen berupa parang. Usaha tani salak tersebut dapat

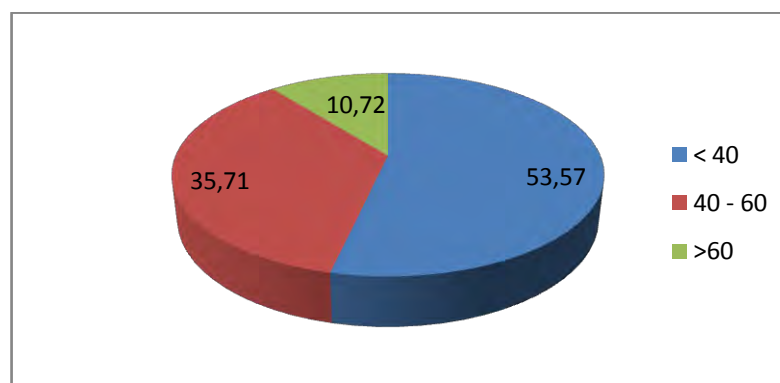
menambah pendapatan petani salak yang juga memiliki pekerjaan sampingan lainnya seperti : supir dan buruh. Salak yang di produksi dari usaha tani yang ada di desa parsalakan yaitu jenis salak manis, yang dijual ke pedagang pengumpul di dalam goniukuran 25 kg yang di isi padat hingga mencapai 30 kg/goni yang terbagi menjadi 3 tipe yaitu : tipe A, tipe B, dan tipe pemilihan. Sedangkan, yang dijual langsung kepada konsumen dalam kemasan sumpit dengan isi yang bervariasi. Salak yang di produksi oleh petani yang ada di desa Parsalakan telah dipasarkan ke berbagai kota besar di pulau sumatera seperti : Banda Aceh, Medan, Pekanbaru, Padang, Bengkulu, Jambi, dll.

4.3 Karakteristik Responden

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh bahwa karakteristik responden pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Umur Responden

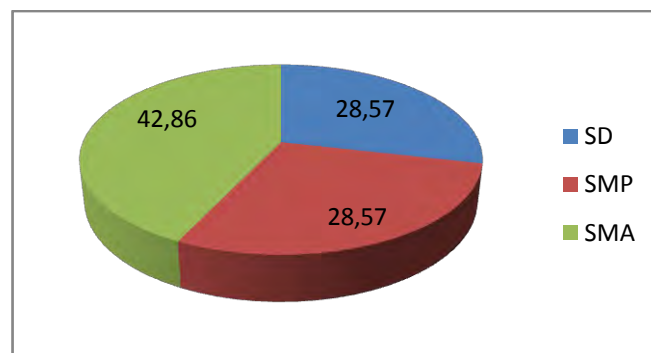
Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh bahwa umur responden yang paling banyak adalah umur <40 tahun sebanyak 15 responden dengan persentase 53,57%, umur 40-60 tahun sebanyak 10 responden dengan persentase 35,71%, sedangkan umur >60 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 10,72%. Berikut disajikan gambar 2. Tentang karakteristik responden berdasarkan umur.



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan umur
Sumber : Data yang diolah, 2018

2. Pendidikan Responden

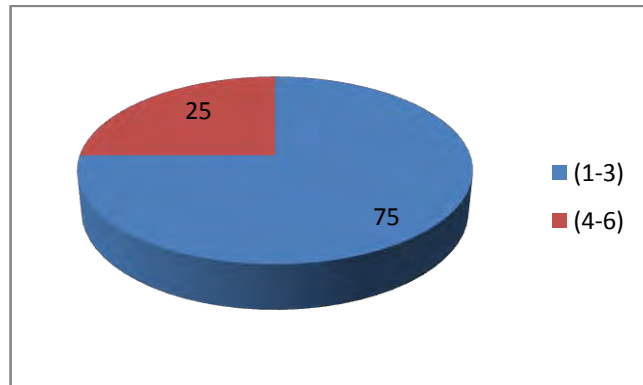
Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh pendidikan responden yang paling banyak adalah tingkat SMA sebanyak 12 responden dengan persentase 42,86%, yang memiliki tingkat pendidikan SMP sebanyak 8 responden dengan persentase 28,57%, sedangkan yang memiliki tingkat pendidikan SD sebanyak 8 orang dengan persentase 28,57%. Berikut disajikan gambar 3. Tentang karakteristik responden berdasarkan pendidikan.



Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
Sumber: Data primer yang diolah, 2018

3. Jumlah Tanggungan Responden

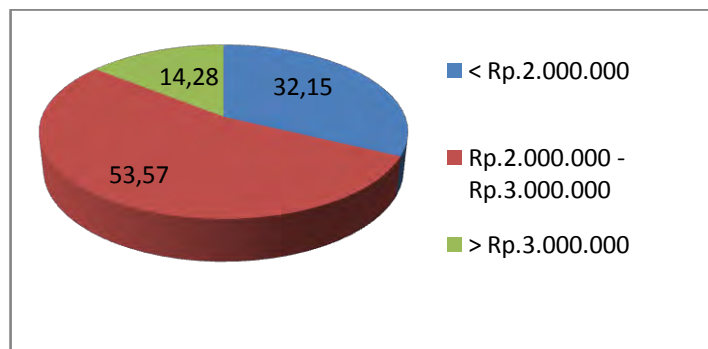
Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh jumlah tanggungan yang paling banyak adalah 1-3 orang sebanyak 21 responden dengan persentase 75% dan tanggungan 4-6 orang sebanyak 7 responden dengan persentase 25%. Berikut disajikan gambar 4. Tentang karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan.



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan
 Sumber: Data primer yang diolah, 2018

4. Pendapatan Responden

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh pendapatan responden yang paling tinggi yaitu Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 15 responden dengan persentase 53,57%, dengan pendapatan < Rp.2.000.000 sebanyak 9 responden dengan persentase 32,15% dan pendapatan > Rp.3.000.000 sebanyak 4 responden dengan persentase 14,28%. Berikut disajikan gambar 5. Tentang karakteristik responden berdasarkan pendapatan.



Gambar 5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan
 Sumber: Data primer yang diolah, 2018

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi pengembangan usaha tani salak Sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan yaitu menjalankan strategi progresif. Strategi ini menandakan usaha yang kuat dan berpeluang untuk di kembangkan, artinya usaha dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal, dimana salak Sidempuan dapat menjadi salah satu produk unggulan daerah dan dapat diterima pasar di daerah Tapanuli Selatan maupun pasar diluar daerah Tapanuli Selatan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka saran yang perlu pada penelitian ini adalah :

1. Petani harus mempertahankan hal baik (produksi yang banyak dan kualitas yang baik) yang telah diraih dalam menjalankan usaha tani salak Sidempuan ini.
2. Lebih kreatif dalam membuat inovasi-inovasi baru produk olahan salak, seperti dodol salak, es krim salak, dll.
3. Keaktifan pihak pemerintahan daerah untuk mendukung pengembangan Salak Sidempuan dengan memberikan penyuluhan tentang pengolahan salak kepada petani salak yang ada di Desa Parsalakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2007. Pengantar Bisnis. Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Aralas, S. 2009. Antioxidant Properties Of Selected Salak (*Salacca zalacca*) Varieties In Sabah, Malaysia, Nutrition And Food Science. Malaysia.
- Basrowi dan Juariyah, S. 2010. Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Vol.7 No.1.
- Cahyani, Utari Evy. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Salak di Kabupaten Tapanuli Selatan. Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan. Padang Sidempuan.
- Daft, Richard L. 2010. Era Baru Manajemen, Edisi 9, Buku 2, Salemba Empat. Jakarta.
- David, F.R. 2004. Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- . 2011. Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12, Salemba Empat. Jakarta.
- . 2012. Strategic Management Concepts & Cases. Pearson Academic; 14th edition.
- . 2009, Manajemen Strategis. Salemba Empat. Jakarta.
- Departemen Pertanian. 2013. Peraturan Menteri Pertanian Tentang Sistem Pertanian Organik. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Dewi, Astuti. (2009). Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Guntoro, L.R.Rahayu, Suprpto. 1998. Salak Bali dan Pembudidayaannya. IP2TP. Bali.
- Hastuti, Sri. 2013. Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronowijo Kabupaten Lumajang. Kabupaten Lumajang. Jurnal Ilmiah Inovasi. Vol.13 No 3.
- Heene, Aime dan Desmidt Sebastian. 2010. Manajemen Strategik Keorganisasian Publik, dialihbahasakan oleh Faisal Afiff. Bandung: PT Refika Aditama.

- Jogiyanto. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Andi. Yogyakarta.
- Murtie, Afin. 2012. Menciptakan Sumber Daya Manusia Yang Handal Dengan Training, Coaching dan Mentoring. Jakarta. Laskar Aksara.
- Lofland dan Lofland dikutip oleh Dr.Lexy J Moleong. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Rosdakarya. Bandung.
- Lubis, Zulkarnain. 2009. Statistika Terapan Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi. Citapustaka Media Peritis. Bandung.
- Lubis, Zulkarnain. 2010. Penggunaan Statistik Dalam Penelitian Sosial. Perdana Publishing. Medan.
- Marzuki. 2003. Metodologi riset. Yogyakarta : BPFU-UII.
- Mulyadi. 2001, edisi 3. Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat, dan Rekayasa. Universitas Gadjah Mada.
- Palit, Anisa. 2017. Strategi Pengembangan Agroindustri Dodol Salak di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Putra, Achmad Febriyan Esa. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Pada UMKM Azizah di Kabupaten Banjarnegara. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 1997. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan Hari Purnomo. 1996. Manajemen Strategi : Sebuah Konsep Pengantar, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sitompul, Arnol. 2013. Strategi Pengembangan Agroindustri Salak, Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sumardi, M dan Evers, HD. 2000. Sumber pendapatan pokok dan penilaian menyimpang. Jakarta. CV Rajawali.
- Suryana. 2006. Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses. Edisi Ketiga. Penerbit Salemba. Jakarta.
- Tim Karya Mandiri. 2010. Pedoman Budidaya Buah Salak. CV Nuansa Aulia. Bandung.
- Widyastuti, Y.E. 1996. Mengenal Buah Unggul Indonesia. Penebar Swadaya : Jakarta.