

**USAHATANI DAN STRATEGI PEMASARAN BIBIT DURIAN UNGGUL
DI DESA BALAM JAYA KECAMATAN TAMBANG
KABUPATEN KAMPAR PROVINSI RIAU**

OLEH:

AJIB PRAYOGA

174210006

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

USAHATANI DAN STRATEGI PEMASARAN BIBIT DURIAN UNGGUL
DI DESA BALAM JAYA KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN
KAMPAR PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA : AJIB PRAYOGA
NPM : 174210006
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL
19 JANUARI 2022 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN
YANG TELAH DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN
SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

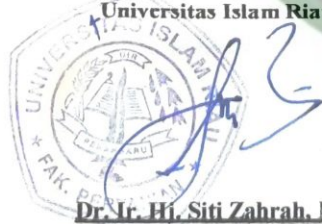
MENYETUJUI

Dosen Pembimbing



Heriyanto, SP., M.Si

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau







Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP

Ketua Program Studi
Agribisnis



Sisca Vaulina, SP., MP

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
TANGGAL 19 JANUARI 2022

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Heriyanto, SP., M.Si	Ketua	
2	Dr.Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr	Anggota	
3	Ir. Tibrani, M.Si	Anggota	
4	Khairizal, SP., M.M.A	Notulen	

Kata Persembahan

“Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh”

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmu yang maha mulia

Yang mengajar manusia dengan pena, dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al- ‘Alaq 1-5)

Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat (QS: Al-Mujadilah 11)

Alhamdulillahirobbil’alamin, sujud syukur kusembahkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku.

Engkau berikan aku kesempatan untuk bisa sampai di penghujung perjuanganku.

Segala Puji bagi Mu ya Allah.

Sholawat serta salam terucap kepada tauladan sepanjang masa Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam sunnahnya hingga akhir zaman.

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk ayahanda dan ibundaku tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberikan semangat, doa, motivasi, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku.

*Semoga Ayah dan Ibu selalu senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT, terhidar dari sengatan api neraka dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal surga firdaus untuk ayah dan ibu. *Aamiin ya rabbal alamin.**

“Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh”

BIOGRAFI PENULIS



Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara. Lahir di Gading Sari tanggal 27 Maret 1999 dari pasangan Bapak Sofian dan Ibu Susanti. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2010 di SDN 012 Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke

jenjang sekolah menengah pertama di SMPS LATERZIA Kecamatan Tapung dan selesai pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sekolah menengah atas di SMAS BUDI UTOMO dan selesai pada tahun 2016. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan Perguruan Tinggi di Program Studi Agribisnis Strata Satu (S1) Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Pada tanggal 09 Januari 2021 penulis melakukan ujian komprehensif dan dinyatakan lulus ujian komprehensif serta berhak mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) dengan judul skripsi “Usahatani Dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau)”

AJIB PRAYOGA, SP

ABSTRAK

AJIB PRAYOGA (174210006). Usahatani dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul Di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, di bawah bimbingan Bapak Heriyanto, SP., M.Si .

Bibit Durian Unggul merupakan kunci memperoleh produktivitas yang tinggi. Desa Balam Jaya merupakan daerah penghasil bibit durian unggulan. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usahatani dan strategi pemasaran pembibitan durian unggul. Adapun secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis karakteristik petani dan profil usaha pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, 2) menganalisis teknis usahatani, biaya, pendapatan, dan efisiensi usaha pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, 3) menganalisis strategi pemasaran bibit durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Balam Jaya dari April 2021 sampai September 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Adapun data utama yang digunakan adalah data primer. Data yang akan dianalisis diolah secara analisis deskriptif, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama: karakteristik petani pembibitan durian usia produktif rata-rata umur 43 tahun, tingkat pendidikan rata-rata selama 7 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa, serta pengalaman berusahatani 13 tahun. Usahatani pembibitan durian ini dimulai sejak tahun 2007, skala usaha pembibitan durian ini tergolong skala usaha kecil dan penggunaan tenaga kerja berasal dari dalam keluarga, kedua: biaya produksi yang dikeluarkan sebanyak Rp 4.256.368/ per periode produksi/unit usahatani, pendapatan kotor sebesar Rp 11.127.083/ per periode produksi/unit usahatani, pendapatan bersih sebesar Rp 6.870.716 dan efisiensi usahatani sebesar 2,54, ketiga: SWOT dan QSPM strategi dengan prioritas tertinggi sampai terendah yang dapat diterapkan adalah (1) Mempertahankan dan menjaga kualitas bibit durian serta pelayanan yang baik kepada konsumen, (2) Mempromosikan bibit durian di media sosial (*market place*) serta memberikan informasi berkaitan tentang keuntungan berkebun durian, (3) Memberikan label pada bibit durian, (4) Menambah lahan usaha untuk pembibitan durian, baik dengan cara membeli lahan atau dengan sewa, (5) Meningkatkan hubungan baik dengan agen bibit dan memperluas pemasaran ke luar daerah (6), Petani belajar membuat pupuk kompos sebagai alternatif pengganti/kombinasi dengan pupuk kimia, (7) Memanfaatkan pengalaman serta ilmu yang telah dimiliki dalam mengatasi masalah dalam memproduksi bibit durian dan memanfaatkan teknologi serta media sosial untuk menambah ilmu.

Kata Kunci: Bibit Durian Unggul, Usahatani, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

AJIB PRAYOGA (174210006). Farming and Marketing Strategies for Superior Durian Breeding in Balam Jaya Village, Tambang District, Kampar Regency, Riau Province, under the guidance of Mr. Heriyanto, SP., M.Si.

Superior Durian Seeds are the key to high productivity. Balam Jaya Village is an area that produces superior durian seeds. In general, this study aims to analyze farming and marketing strategies for superior durian seedlings. Specifically, this study aims to: 1) analyze the characteristics of farmers and business profiles of durian breeding in Balam Jaya Village, Tambang District, Kampar Regency, 2) analyze farming techniques, costs, income, and business efficiency of durian breeding in Balam Jaya Village, Tambang District, Kampar Regency. , 3) analyzing the marketing strategy of durian seeds in Balam Jaya Village, Tambang District, Kampar Regency. This research was conducted in Balam Jaya Village from April 2021 to September 2021. The method used in this study was a survey method. The main data used is primary data. The data to be analyzed is processed by descriptive analysis, SWOT, and QSPM. The results of the research show that firstly: the characteristics of durian nursery farmers are 43 years of average productive age, 7 years of education on average, 3 family dependents on average, and 13 years of farming experience. This durian nursery business was started in 2007, the scale of this durian nursery business is classified as a small business scale and the use of labor comes from within the family, secondly: the production costs incurred are Rp. 4,256,368/ per production period/farming unit, gross income is Rp. 11,127,083/ per production period/farming unit, net income of Rp 6,870,716 and farming efficiency of 2,54, third: SWOT and QSPM strategies with the highest to lowest priority that can be applied are (1) Maintaining and maintaining the quality of durian seeds as well as good service to consumers, (2) Promoting durian seeds on social media (market place) and providing related information about the benefits of durian gardening, (3) Labeling durian seeds, (4) Adding business land for durian nurseries, either by buying land or by renting, (5) Improving good relations with seed agents and expanding marketing outside the area (6), Pet ani learns to make compost as an alternative/combination with chemical fertilizers, (7) Utilizes her experience and knowledge in overcoming problems in producing durian seeds and utilizing technology and social media to increase knowledge.

Keywords: *Superior Durian Seeds, Farming, Marketing Strategy*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Usahatani dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau”. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Islam Riau.
2. Bapak Heriyanto, SP., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, sumbangan pikiran serta arahan kepada Penulis dalam memperbaiki dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Khairizal, SP., M.M.A, Dr.Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr, Ir. Tibrani, M.Si, seluruh dosen dan Staf Tata Usaha atas bimbingan dan pelayanan selama menimba ilmu di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau
4. Kedua orang tua yang sangat kusayangi, Ibu (Susanti) dan Bapak (Sofian) yang telah memberi doa, semangat, motivasi, dukungan moril serta materil selama ini sehingga Penulis dapat meraih gelar sarjana.
5. Teman-teman Agribisnis D yang selalu memberikan doa serta semangat kepada Penulis.

6. Dan untuk semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis telah berupaya menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun sekiranya masih terdapat kekurangan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Atas bantuan semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih.



Pekanbaru, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.5. Hipotesis	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Karakteristik Petani dan Profil Usaha Pembibitan Durian.....	10
2.1.1. Karakteristik Petani.....	10
2.1.2. Profil Usaha.....	11
2.2. Pembibitan Tanaman Durian	13
2.2.1. Perbanyak Tanaman.....	15
2.2.2. Aspek Teknis.....	20
2.3. Konsep Usahatani	21

2.4. Pemasaran	26
2.5. Strategi Pemasaran.....	29
2.6. Analisis SWOT	30
2.6.1. Matriks Strategi Faktor Eksternal (EFAS)	34
2.6.2. Matriks Strategi Faktor Internal (IFAS)	36
2.7. QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	39
2.8. Penelitian Terdahulu	41
2.9. Kerangka Berpikir Penelitian	46
III.METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1. Metode , Tempat , dan Waktu Penelitian	50
3.2. Teknik Pengambilan Sampel	50
3.3. Teknik Pengumpulan Data	50
3.4. Konsep Operasional.....	51
3.5. Analisis Data	54
3.5.1. Karakteristik dan Profil Usaha Petani Pembibitan Durian.....	54
3.5.2. Teknis Pembibitan Durian, Biaya , Penyusutan Alat, Penerimaan, Pendapatan Bersih dan Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian.....	54
3.5.3. Strategi Pemasaran Bibit Durian..	59
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	64
4.1. Geografis dan Topografi Desa Balam Jaya.....	64
4.2. Keadaan Kependudukan Desa Balam Jaya.....	65
4.2.1. Jumlah Penduduk.....	65
4.2.2. Pendidikan.....	65

4.2.3. Mata Pencaharian.....	66
4.3. Sarana dan Prasarana.....	67
4.4. Kondisi Pertanian di Desa Balam Jaya.....	67
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
5.1. Karakteristik Petani dan Profil Usaha Pembibitan Durian.....	69
5.1.1. Karakteristik Petani Pembibitan Durian.....	69
5.1.2. Profil Usaha Pembibitan Durian.....	73
5.2. Analisis Teknis Pembibitan Durian, Biaya, Pendapatan dan Efisiensi Pembibitan Durian.....	75
5.2.1. Teknis Usahatani Pembibitan Durian.....	75
5.2.2. Biaya Usahatani Pembibitan Durian.....	77
5.2.3. Pendapatan Usahatani Pembibitan Durian.....	79
5.2.4. Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian.....	80
5.3. Strategi Pemasaran Bibit Durian.....	81
5.3.1. Analisis SWOT.....	81
5.3.2. QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).....	86
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
6.1. Kesimpulan.....	89
6.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi, Produktivitas dan Luas Lahan Durian di Provinsi Riau 2018-2019 (Ton).....	2
2. Produksi Buah Durian di Kabupaten Kampar Tahun 2017-2018.....	3
3. Klasifikasi SWOT	33
4. Model EFAS (<i>Ekternal Factor Analysys summary</i>)	34
5. Model IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	36
6. Matriks SWOT	38
7. Alat Analisis QSPM.....	39
8. Faktor Internal Bibit Durian	59
9. Faktor Eksternal Bibit Durian.....	60
10. Perbandingan Faktor Internal dan Eksternal Analisis SWOT.....	60
11. Alat Analisis QSPM.....	62
12. Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Balam Jaya.....	66
13. Mata Pencaharian di Desa Balam Jaya.....	66
14. Sarana dan Prasarana.....	67
15. Sarana Pendidikan di Desa Balam Jaya.....	67
16. Karakteristik Petani Pembibitan Durian Menurut Umur.....	70
17. Karakteristik Petani Menurut Tingkat Pendidikan.....	71
18. Karakteristik Petani Menurut Jumlah Keluarga di Desa Balam Jaya....	72
19. Karakteristik Petani Menurut Pengalaman Berusaha.....	73

20. Luas Lahan Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya.....	75
21. Rata-Rata Biaya, Pendapatan, dan Efisiensi Usahatani/Unit usahatani Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Tahun 2021.....	78
22. Model Matriks Faktor Strategi Internal.....	82
23. Model Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	83
24. Matriks SWOT.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Usahatani dan Strategi Pemasaran Bibit Unggul Durian (Studi Kasus: Desa Balam Jaya Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau).....	49
2. Kuadran Analisis SWOT	61
3. Diagram Analisis SWOT.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Petani Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.....	94
2. Distribusi Jumlah Penggunaan Biaya Variabel Pada Usahatani Pembibitan Per Periode Produksi di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang.....	95
3. Distribusi Jumlah Alat dan Nilai Penyusutan Pada Usahatani Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang.....	98
4. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Per Periode Produksi Usahatani Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang.....	106
5. Distribusi Biaya Usahatani Pembibitan Durian Per Periode Produksi di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang.....	111
6. Distribusi Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian Per Periode Produksi di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Tahun 2021.....	114
7. Faktor Internal.....	115
8. Faktor Eksternal.....	116
9. QSPM.....	117
10. Dokumentasi Penelitian Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya.....	118

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia yang dikenal sebagai salah satu negara yang mempunyai iklim tropis, berpeluang besar bagi pengembangan budidaya tanaman buah-buahan, terutama buah-buahan tropika. Buah-buahan merupakan salah satu komoditi pertanian yang penting dan terus ditingkatkan produksinya baik untuk memenuhi konsumsi dalam negeri maupun luar negeri. Permintaan terhadap buah-buahan yang semakin tinggi juga dapat membuka peluang bagi peningkatan agribisnis buah sehingga diharapkan dapat bersaing dengan negara-negara lainnya terutama dalam mengatasi perdagangan bebas saat ini. Peningkatan kualitas buah merupakan salah satu upaya dalam mengatasi persaingan tersebut disamping peningkatan produksi dan efisiensi usaha.

Salah satu buah yang sangat digemari masyarakat Indonesia adalah buah durian. Tumbuhan dengan nama durian bukanlah spesies tunggal, tetapi sekelompok tumbuhan dari marga *Durio*. Namun, yang dimaksud dengan durian (tanpa imbuhan apa-apa) biasanya adalah (*Durio zibethinus*) (Wikipedia, 2019). Buah durian tergolong buah yang banyak digemari oleh masyarakat. Konsumsi durian di Indonesia cukup tinggi, konsumsi durian pada tahun 2013 sebesar 1,408 kg/kapita/tahun (Susenas, BPS). Daging buahnya manis, lembut, dan memiliki aroma khas yang membuat buah ini banyak dicari oleh para penggemarnya. Selain lezat buah durian juga mengandung beberapa zat gizi. Di dalam 100 g buah Durian mengandung 134 kal kalori, 2,5 g protein, 3 g lemak, 28 mg karbohidrat, 7,4 mg

kalsium, 44 mg fosfor, 1,3 S.I. zat besi, 175 mg vitamin A, 0,1 mg vitamin B1, 53 mg vitamin C, dan 65 g air.

Durian sendiri telah tersebar dikawasan Indonesia salah satunya di Provinsi Riau. Menurut Dinas Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Riau produksi, produktivitas dan luas lahan durian di Provinsi Riau tahun 2015-2019 di Tampilkan pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Produksi, Produktivitas dan Luas lahan Durian Di Provinsi Riau Tahun 2018-2019 (Ton)

No.	Kabupaten/Kota	Produksi		Produktivitas		Luas	
		2018	2019	2018	2019	2018	2019
1	Kampar	10.921	10.877	223,74	202,08	48,81	53,83
2	Pelalawan	488	411	97,13	68,23	5,02	6,02
3	Rokan Hulu	2.362	1.661	191,72	123,16	12,32	13,49
4	Indragiri Hulu	576	581	49,53	48,17	11,63	12,06
5	Kuansing	5.148	3.926	121,71	128,58	42,30	30,53
6	Indragiri Hilir	336	938	32,15	83,4	10,45	11,25
7	Bengkalis	3.453	1.372	201,78	114,53	17,11	11,98
8	Rokan Hilir	1.590	732	186,62	92,18	8,52	7,94
9	Siak	758	1.217	82,44	69,23	9,19	17,58
10	Dumai	293	601	61,7	100,08	4,75	6,01
11	Pekanbaru	197	14	109,2	27,29	1,80	0,51
12	Kep.Meranti	1.319	681	129,95	82,25	10,15	8,28
	Jumlah	27.441	23.010	150,72	128,22	182,07	179,46

Sumber: Dinas Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Riau

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa Kabupaten Kampar merupakan kabupaten dengan produksi, produktivitas, dan luas lahan durian tertinggi di Provinsi Riau, diikuti oleh Kuansing, Bengkalis, Rokan Hulu dan seterusnya. Kabupaten Kampar sebagai kabupaten yang sesuai untuk pengembangan durian di Provinsi Riau dan dapat dijadikan usaha bidang perkebunan buah yang dapat meningkatkan ekonomi petani.

Kabupaten Kampar memiliki 21 kecamatan dan beberapa kecamatan di Kabupaten Kampar sebagai penghasil buah durian. Ada kecamatan yang memiliki produksi buah durian cukup tinggi, sedang, ataupun rendah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kampar, produksi buah durian ditampilkan pada Tabel 2. Dibawah ini :

Tabel 2. Produksi Buah Durian di Kabupaten Kampar Tahun 2017-2018 (Ton)

Kecamatan	2017	2018
Tambang	916,6	2209,3
Kampa	200,0	2165,8
XII Koto Kampar	512,1	1103,3
Rumbio Jaya	556,6	974,0
Tapung	34,7	915,5
Bangkinang Kota	20,0	712,0
Koto Kampar Hulu	6,0	668,8
Kampar Kiri Hilir	165,0	660,7
Tapung Hulu	20,0	555,5
Siak Hulu	313,1	429,2
Kampar Utara	141,5	156,9
Gunung Sahilan	20,0	148,2
Kampar	478,3	142,3
Bangkinang	10,0	33,0
Perhentian Raja	21,5	28,0
Kampar Kiri Tengah	6,0	11,0
Tapung Hilir	199,0	7,2
Salo	5,0	0,6

Sumber: BPS Kabupaten Kampar

Dari Tabel.2 dapat diketahui bahwa produksi buah durian tertinggi adalah di Kecamatan Tambang. Rata-rata jenis pohon durian di Kecamatan Tambang adalah pohon durian jenis lokal dan masih sedikit pohon durian varietas unggul jika dibandingkan dengan pohon varietas lokal. Padahal harga durian varietas unggul lebih mahal dibandingkan varietas lokal, contohnya monthong dengan harga Rp. 35.000,00/kg - 50.000,00/kg, bawor Rp.80.000,00-Rp.100.000,00/kg dan musangking

Rp. 200.000,00/kg - Rp. 300.000,00/kg ditingkat petani. Herlina (2012) menyatakan bahwa pada tanaman buah sifat unggul terutama nilai dari kualitas buahnya, bila semakin banyak sifat yang disukai konsumen terkumpul dalam satu buah, maka semakin tinggi pula nilai ekonomi (harga) buah tersebut. Buah demikian dapat digolongkan sebagai buah unggul. Untuk itu dapat diambil contoh cara menilai buah durian berdasarkan kriteria penampilan buah dan sifat buah yang disukai konsumen, sehingga diperoleh suatu daftar kriteria penilaian buah durian unggul. Kelompok sifat utama durian unggul adalah :

- a. Rasa daging buah manis berlemak, diutamakan dengan rasa khas
- b. Daging buah tebal
- c. Ukuran biji kecil atau sekurang-kurangnya kempes
- d. Warna daging kuning sampai jingga
- e. Kadar air daging sedikit (kering)
- f. Tekstur daging halus, sedikit berserat
- g. Ukuran buah besar
- h. Aroma kuat merangsang
- i. Kulit buah tipis dan mudah dibuka bila buah sudah masak

Sudah menjadi hukum alam bahwa untuk menghasilkan tanaman yang berbuah dengan baik/unggul perlu bibit yang baik pula. Artinya pemilihan bibit harus dilakukan secara selektif. Kesalahan memilih bibit dapat menyebabkan tanaman tumbuh tidak normal atau lama berbuah. Bibit juga menentukan sifat tanaman yang berproduksi : tanaman nantinya berbuah unggul atau tidak (Agromedia, 2001). Dalam setiap usaha pertanian, bibit merupakan suatu titik awal dalam kegiatan budidaya,

sehingga kualitas produk budidaya akan sangat tergantung pada kualitas benihnya. Sehingga diperlukan kegiatan pengelolaan yang baik agar pembudidayaan bibit dapat menguntungkan pihak produsen maupun konsumen (Wibowo, 1999).

Menurut Poerwanto (2001), penyebab turunnya produksi durian dikarenakan pada awalnya perkebunan buah belum menggunakan bibit yang baik dan petani atau pekebun buah-buahan tidak melakukan kegiatan pemeliharaan. Sobir dan Martini (2014) menambahkan bahwa kendala dalam penyediaan bibit durian yang berkualitas adalah bibit durian yang beredar masih diperbanyak menggunakan biji. Selain itu, bibit yang diperbanyak terserang oleh organisme pengganggu tanaman (OPT) yang mengakibatkan bibit tidak berhasil tumbuh bahkan mati. Bibit yang berkualitas merupakan awal yang baik untuk mengusahakan tanaman buah durian. Peningkatan kuantitas dan kualitas bibit durian diperlukan untuk menghasilkan produksi yang optimum, sehingga salah satu upaya meningkatkan produksi durian ialah dimulai dari stadia bibit.

Oleh karena itu, Terdapat tempat pembibitan durian unggul yang berada di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Jenis durian unggul yang di budidayakan adalah musangking, monthong, bawor dan D24. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat pembibitan durian varietas unggul yang berada di Desa Balam Jaya ini untuk mengetahui bagaimana teknis pembibitan durian unggul yang dilakukan oleh petani karena bibit durian bermutu tinggi memerlukan teknik pembibitan yang baik. Karena seperti yang diketahui bahwa turunnya produksi durian dikarenakan pada awalnya perkebunan buah belum menggunakan bibit yang baik dan perbanyak bibit masih menggunakan biji. Salah satu kriteria bibit bermutu

adalah telah memiliki label sertifikasi. Metode yang memungkinkan untuk produksi bibit unggul adalah perbanyakan secara vegetatif, yaitu perbanyakan yang tidak menggunakan biji sebagai bahan tanam. Teknik perbanyakan secara vegetatif ini ada beberapa macam, diantaranya adalah okulasi, teknik sambung (*grafting*) dan cangkok. Untuk tujuan komersial, maka teknik okulasi dan *grafting* adalah yang tepat (Ashari, 2017). Dari pra survey diketahui bahwa pembibitan durian di Desa Balam Jaya belum memiliki label sertifikasi akan tetapi perbanyakan sudah dilakukan secara vegetatif yaitu okulasi.

Dari pra survey yang dilakukan diketahui bahwa dalam mengusahakan bibit durian petani tidak menggunakan *polybag* dan digantikan dengan menggunakan tali rafia, tentunya hal ini akan mempengaruhi dalam usahatani pembibitan durian. Diketahui juga dari data prodeskel Desa Balam Jaya, bahwa lahan sawah lebih luas daripada tegal/ladang, lahan sawah seluas 122,5 Ha sedangkan tegal/ladang seluas 36 Ha. Dengan lahan yang lebih sempit apakah petani mampu untuk mengelola usahatani pembibitan durian menjadi suatu keuntungan. Melihat bahwa permintaan akan durian varietas unggul yang cukup tinggi dikarenakan produksi buah durian unggul yang belum mencukupi dikarenakan kebun durian unggul yang masih belum banyak dibudidayakan. Oleh karena itu mulai banyak petani yang ingin membudidayakan kebun durian varietas unggul, tentunya bibit durian unggul menjadi kunci utamanya. Tentunya hal ini akan mengakibatkan permintaan bibit durian unggul menjadi lebih tinggi. Jika petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya dapat mengelola usahatani pembibitan durian dengan baik, hal ini akan menguntungkan petani dan meningkatkan pendapatannya.

Kendala lain yang diketahui setelah pra survey yang dilakukan, yaitu petani pembibitan durian di Desa Balam jaya masih kurang dalam melakukan promosi serta pemasaran bibit durian yang dilakukan. Padahal hal ini merupakan sesuatu yang penting supaya usahatani yang dikelola dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu peneliti ingin merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat dilakukan oleh petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya.

Berkaitan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Usahatani Dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul Di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana karakteristik petani dan profil usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana teknis pembibitan durian, biaya, pendapatan, dan efisiensi usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar ?
3. Bagaimana strategi pemasaran bibit durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Usahatani dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Adapun secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis karakteristik petani dan profil usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.
2. Menganalisis teknis pembibitan durian, biaya, pendapatan, dan efisiensi usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.
3. Menganalisis strategi pemasaran bibit durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam hal menambah wawasan dan pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan di Fakultas Pertanian

2. Bagi Petani Pembibitan Durian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam pengelolaan usahatani dan strategi pemasaran yang tepat sehingga diperoleh keuntungan yang maksimal.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi untuk membuat kebijakan yang mampu memajukan petani pembibitan durian.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk memfokuskan pembahasan serta untuk menjaga agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka dilakukan beberapa batasan. Penelitian ini membahas mengenai ;1) Karakteristik petani (umur,tingkat pendidikan, pengalaman usahatani dan jumlah tanggungan keluarga) dan profil usaha (sejarah usaha, skala usaha, jumlah tenaga kerja), 2) Analisis teknis pembibitan durian, biaya,

produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani pembibitan durian, dan 3) Strategi pemasaran (SWOT dan QSPM).

1.5. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Usahatani pembibitan durian tidak menguntungkan/tidak layak diusahakan.

H_a : Usahatani pembibitan durian menguntungkan/layak diusahakan.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Petani dan Profil Usahatani Pembibitan Durian

2.1.1. Karakteristik Petani

Menurut Soekartawi (2000) mengatakan aspek yang mempengaruhi karakteristik internal petani dalam mengelola usahatani. Karakteristik internal tersebut diantaranya umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman berusahatani.

a. Umur

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2008). Bagi petani yang lebih tua bisa jadi mempunyai kemampuan berusahatani yang konservatif dan lebih mudah lelah. Sedangkan petani muda lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai perilaku petani usia muda untuk lebih berani menanggung risiko (Soekartawi, 2002).

b. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menuntut manusia untuk berbuat dan mengisi kehidupan yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi sehingga meningkatkan kualitas hidup. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka akan memudahkan seseorang menerima informasi sehingga meningkatkan kualitas hidup dan menambah luas pengetahuan. Pengetahuan yang baik akan berdampak pada

penggunaan komunikasi secara efektif (Alimul, 2006). Pendidikan yang kurang akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap nilai-nilai atau informasi yang baru diperkenalkan, sebaliknya semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin mudah menerima informasi sehingga semakin banyak pula pengetahuan yang dimiliki (Notoadmojo, 2003).

c. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Hasyim (2006), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga, akan mendorong petani untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam upaya mencari dan menambah pendapatan keluarga (Ginting, 2002).

d. Pengalaman berusahatani

Belajar dengan mengamati pengalaman petani lain sangat penting, karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan daripada dengan cara mengolah sendiri informasi yang ada. Misalnya seorang petani dapat mengamati dengan seksama dari petani lain yang lebih mencoba sebuah inovasi baru dan ini menjadi proses belajar secara sadar. Mempelajari pola perilaku baru, bisa juga tanpa disadari (Soekartawi, 2002).

2.1.2. Profil Usaha

a. Sejarah Usaha

Sejarah usaha merupakan hal-hal yang berkaitan dengan asal usul dimulainya suatu usaha. Didalam sejarah usaha biasanya hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana usaha tersebut bisa berdiri dan apa-apa saja yang menjadi alasan untuk dimulainya usaha tersebut. Dalam kasus usaha kecil

menengah biasanya dimulai dari dengan adanya skill dan tersedianya tempat serta modal untuk mulai usaha tersebut.

b. Skala Usaha

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang, sesuai dengan undang-undang nmr 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang, Dengan memiliki kekayaan bersih sekitar Rp.50.000.000,00.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang, dengan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00-
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang dengan memiliki hasil penjualan lebih dari Rp.300.000.000,00-.

c. Jumlah Tenaga Kerja

Menurut DR Payaman Siamanjuntak dalam bukunya “Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia” tenaga kerja adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Secara praktis pengertian tenaga kerja dan bukan tenaga kerja menurut dia hanya dibedakan oleh batas umur. Jadi yang dimaksud dengan tenaga kerja yaitu individu yang sedang mencari atau sudah melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sudah memenuhi persyaratan ataupun batasan usia yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang yang bertujuan untuk memperoleh hasil atau upah untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang paling penting dalam usahatani. Penggunaan tenaga kerja akan intensif apabila tenaga kerja dapat memberikan manfaat yang optimal dalam proses produksi. Jasa tenaga kerja yang dipakai dibayarkan dengan uang. Dalam usahatani pembibitan durian semua tenaga kerja berasal dari keluarga petani sendiri, yang terdiri dari ayah, istri, dan anak-anak. Tenaga kerja yang berasal dari keluarga petani merupakan sumbangan keluarga pertanian secara keseluruhan dan tidak pernah dinilai dalam uang.

2.2. Pembibitan Tanaman Durian

Tanaman merupakan organisme yang mampu membentuk makanan sendiri (autotrof) karena memiliki klorofil dimana organisme lain tidak ada. Tanaman merupakan salah satu anugerah yang sangat besar diberikan Allah S.W.T kepada umat manusia. Allah S.W.T menurunkan air hujan untuk menumbuhkan tanaman yang ada di bumi ini. Seperti makhluk hidup lainnya, tanaman tersusun atas organ

yaitu akar, batang, daun, bunga dan buah.

Sesuai dalam al-quran surah Al-An'am ayat 99:

وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ نَبَاتَ كُلِّ شَيْءٍ فَأَخْرَجْنَا مِنْهُ خَضِرًا نُخْرِجُ مِنْهُ
حَبًّا مُتَرَاكِبًا وَمِنَ النَّخْلِ مِنْ طَلْعِهَا قِنْوَانٌ دَانِيَةٌ وَجَنَّاتٍ مِنْ أَعْنَابٍ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُشْتَبِهًا
وَغَيْرَ مُتَشَبِهٍ أَنْظُرُوا إِلَى ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَيَنْعِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ

” Dan Dialah yang menurunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkan dengan air itu segala macam tumbuh-tumbuhan maka Kami keluarkan dari tumbuh-tumbuhan itu tanaman yang menghijau. Kami keluarkan dari tanaman yang menghijau itu butir yang banyak; dan dari mayang korma mengurai tangkai-tangkai yang menjulai, dan kebun-kebun anggur, dan (Kami keluarkan pula) zaitun dan delima yang serupa dan yang tidak serupa. Perhatikanlah buahnya di waktu pohonnya berbuah dan (perhatikan pulalah) kematangannya. Sesungguhnya pada yang demikian itu ada tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang beriman.”(Qs. Al-An'am: 99)

Pada umumnya tanaman berawal dari biji, kemudian dari biji tersebut tumbuh menjadi bibit atau tanaman kecil hingga menjadi tanaman dewasa. Hal tersebut sesuai dalam al-quran surah Al-An'am ayat 95:

إِنَّ اللَّهَ فَالِقُ الْحَبِّ وَالنَّوَى يُخْرِجُ الْحَيَّ مِنَ الْمَيِّتِ وَمُخْرِجُ الْمَيِّتِ مِنَ الْحَيِّ ذَلِكُمْ اللَّهُ فَالِقُ
نُوقُونَ

" Sesungguhnya Allah menumbuhkan butir tumbuh-tumbuhan dan biji buah-buahan. Dia mengeluarkan yang hidup dari yang mati dan mengeluarkan yang mati dari yang hidup. (Yang memiliki sifat-sifat) demikian ialah Allah, maka mengapa kamu masih berpaling?" (Qs. Al-An'am: 95)

Durian (*Durio zibethinus*) merupakan tanaman spesifik tropis yang bernilai ekonomis cukup tinggi untuk meningkatkan pendapatan petani, devisa negara, dan kebutuhan agribisnis. Pertanaman durian yang ada saat ini umumnya berasal dari benih yang kualitasnya sangat beragam. Penyediaan bibit varietas unggul sangat diperlukan untuk menunjang perluasan pertanaman durian sehingga produksi durian Indonesia bisa bersaing dengan durian dari luar negeri. Penyediaan bibit yang berkualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan budidaya durian (Wulan dkk., 2010).

Bibit merupakan salah satu penentu keberhasilan budidaya tanaman. Budidaya tanaman sebenarnya telah dimulai sejak memilih bibit tanaman yang baik, karena bibit merupakan obyek utama yang akan dikembangkan dalam proses budidaya selanjutnya. Selain itu, bibit juga merupakan pembawa gen dari induknya yang menentukan sifat tanaman setelah berproduksi. Oleh karena itu untuk memperoleh tanaman yang memiliki sifat tertentu dapat diperoleh dengan memilih bibit yang berasal dari induk yang memiliki sifat tersebut (Setiawan, 1999).

Menurut Rukmana (2007), bibit unggul adalah bibit yang berasal dari varietas unggul. Varietas unggul ditandai dengan sifat berproduksi tinggi, kualitas (mutu) hasil prima (terjamin), dan tahan terhadap serangan hama penyakit. Bibit unggul harus bermutu tinggi, yaitu mampu menunjukkan identitas asli induknya dan tidak membawa hama atau penyakit.

2.2.1. Perbanyak Tanaman

Perbanyak tanaman pada prinsipnya adalah cara (teknik) menghasilkan bibit tanaman dengan alat-alat (organ-organ) tubuh tanaman yang dapat dilakukan

dengan perbanyak generatif dan vegetatif sebagai berikut :

1. Perbanyak Generatif

Bibit generatif diperoleh dari hasil perbanyak secara kawin (sexual). Bibit generatif lebih dikenal konsumen dengan bibit dari biji sebab bibit ini dikembangkan dari biji. Anggapan seperti ini tidak selalu benar sebab ada bibit dari biji yang tidak diperoleh dari hasil perkawinan (biji apomiktik). Namun, pada kebanyakan buah memang biji ini telah dibuahi atau sebagai hasil perkawinan antara bunga jantan dan bunga betina. Mekanisme perkawinan terjadi pada saat penyerbukan, yaitu kepala putik diserbuki dengan serbuk sari yang berlanjut sampai pembentukan biji (Indahwaty, 2009).

Perbanyak generatif dengan biji selalu memberikan keturunan yang berbeda dengan induknya, karena umumnya tanaman buah-buahan bersifat *heterosigot* atau mengadakan pemecahan sifat dari kedua pohon induknya. Perbanyak generatif dengan biji dianjurkan untuk menghasilkan varietas baru, dan juga dijadikan batang bawah pada perbanyak tanaman dengan penyambungan (Rukmana, 2007).

Batang bawah atau *rootstock* atau *understam* adalah tanaman yang berfungsi sebagai batang bagian bawah yang masih dilengkapi dengan sistem perakaran yang berfungsi mengambil makanan dari dalam tanah untuk batang atas atau tajuknya, keuntungan batang bawah biji yaitu perkembangan sistem perakarannya lebih kuat dan dalam karena memiliki akar tunggang sehingga relatif lebih tahan terhadap kekeringan dan penyedian batang bawah jenis ini dapat dilakukan dalam jumlah banyak (Herlina, 2012).

2. Perbanyak Vegetatif

Perbanyak vegetatif dipilih sebagai cara untuk mempertahankan sifat-sifat induk kepada turunannya. Selain memperoleh sifat genetik sama dengan induknya, juga pembiakan vegetatif bertujuan mempercepat kemampuan berbuah atau memperpendek masa remaja dan memperoleh kepastian produksi. Pada tanaman durian perbanyak vegetatif baik dilakukan dengan cara penyambungan (okulasi, enten, susunan) yang membutuhkan ketersediaan bibit batang bawah. Bibit batang bawah untuk penyambungan umumnya berasal dari hasil perbanyak generatif dengan biji. Berdasarkan jenis perbanyakannya, bibit terbagi menjadi beberapa jenis yaitu:

a. Bibit Okulasi (*Budding*)

Bibit okulasi termasuk jenis bibit yang diperoleh secara vegetatif, tanpa melalui proses perkawinan (*aseksual*). Sebenarnya bibit ini tidak murni bibit vegetatif sebab batang bawahnya berasal dari biji. Bibit ini diperoleh dengan menempel tunas pada batang bawah yang telah disiapkan sebelumnya. Namun, batang bawahnya lebih banyak berfungsi sebagai penopang tanaman dan menghasilkan perakaran yang baik. Setelah tunas tempelan (*entris*) tumbuh dengan baik, kelebihan batang bawah yang berada di atas tunas dipotong. Untuk pertumbuhan selanjutnya, pertumbuhan tunas tempelan lebih dominan dibandingkan dengan batang bawahnya. Kelebihan dari pembibitan okulasi ialah dapat mewarisi sifat baik dari induk entres (*tempelan*) karena induk dipilih memiliki sifat baik, perakaran bibit cukup kuat karena batang bawahnya berasal dari biji, dapat mewarisi sifat baik dari batang bawah karena batang bawah dipilih dari yang memiliki sifat baik, dan lebih cepat berbuah dibandingkan bibit dari biji.

Kelemahan dari pembibitan ini terutama dalam masalah teknis pengerjaannya karena memerlukan keterampilan teknis yang baik melalui pengalaman dan latihan. Selain dapat dikenali dari bekas tempelan, bibit okulasi mempunyai percabangan yang cukup banyak dibandingkan bibit dari biji,. Hal ini dapat digunakan untuk membedakannya dari bibit biji, tetapi perbedaannya tidak terlalu mencolok sehingga tidak semua orang dapat membedakannya dengan cara ini.

Bentuk (model) okulasi yang umum dipraktekkan adalah okulasi “T” atau teknik “T” terbalik, dan frokert. Macam okulasi terdiri dari okulasi biasa dan okulasi hijau, okulasi biasa umumnya menggunakan entres (mata tunas) berwarna coklat, dan batang bawah berumur cukup tua antara 6-12 bulan. Sementara okulasi hijau umumnya menggunakan entres (mata tunas muda (kurang dari 6 bulan). Okulasi hijau berhasil memperbanyak durian.

b. Susuan (*Approach Grafting*)

Bibit susuan sebenarnya sama-sama merupakan bibit sambungan. Hal yang membedakan antara bibit susuan dengan bibit sambungan ialah pada bibit susuan batang atas maupun batang bawah masih berhubungan dengan batang sistem perakarannya. Bibit susuan diperoleh dengan cara menyambungkan batang atas dan batang bawah yang masih berhubungan dengan perakarannya dengan cara menempelkannya secara bersinggungan. Setelah sambungan terbentuk, kelebihan batang atas dan batang bawah dipotong. Kelebihan dan kekurangan cara pembibitan ini hampir sama dengan cara pembibitan sambungan lainnya. Pada cara pembibitan ini, kemungkinan gagal karena kematian batang lebih kecil karena masih tetap berhubungan dengan perakarannya dan mendapat suplai zat hara. Bibit susuan dikenali dari adanya dua luka bekas pemotongan batang, yaitu

luka bekas pemotongan batang bawah dan luka bekas pemotongan batang atas (Setiawan, 1999).

Metode susuan pada pembibitan tanaman terbagi menjadi metode susuan duduk dan susuan gantung. Pada susunan duduk, bibit batang bawah didudukkan di atas para-para, sedangkan pada susuan gantung bibit batang bawah digantungkan pada cabang pohon induk yang diperbanyak. (Rukmana, 2007).

c. Bibit Setek (*cuttage*)

Bibit setek diperoleh dengan memisahkan atau memotong beberapa bagian dari tanaman, seperti akar, batang, daun, dan tunas dengan maksud agar bagian-bagian tersebut membentuk akar. Kelebihan dari cara perbanyak ini ialah caranya sederhana (tidak memerlukan teknik-teknik tertentu yang rumit) dan bibit yang diperoleh mewarisi sifat-sifat yang dimiliki induknya. Kelemahannya ialah tidak banyak jenis tanaman yang dapat diperbanyak dengan cara ini sehingga penggunaannya terbatas.

d. Bibit Cangkok (*air layerage*)

Bibit cangkokan termasuk jenis bibit yang diperoleh secara vegetatif, tanpa melalui proses perkawinan (*aseksual*). Pencangkokan lebih banyak digunakan pada tanaman buah karena kebanyakan cabang tanaman ini tidak dapat dilengkungkan seperti cara pembubunan yang umum. Kelebihan cara pembiakan cangkokan ialah pohon dari bibit cangkokan lebih cepat berbuah dan dapat mewarisi sifat baik dari tanaman induk karena induknya dapat dipilih yang memiliki sifat baik. Sedangkan kelemahannya ialah perakaran cangkokan kurang kuat dan dangkal, bentuk pohon menjadi rusak, tidak dapat menyediakan bibit yang relatif banyak dalam waktu yang cepat, cara pengerjaan sedikit lebih rumit

dan memerlukan ketelatenan, serta jika sering dilakukan pencangkakan, produksi buah pohon induk menjadi terganggu. Jenis bibit dapat dikenali dengan memperhatikan percabangannya yang lebih banyak. Selain itu, bibit cangkakan dapat dibedakan dari bibit biji dengan melihat sosoknya yang lebih pendek pada umur dan kondisi yang sama dengan bibit dari biji, dapat juga dengan dilihat dengan tidak adanya bekas luka tempelan atau sambungan.

e. **Bibit Sambung**

Bibit ini banyak dijumpai di pasaran, bibit ini sama dengan bibit okulasi yaitu termasuk bibit vegetatif, walaupun sebenarnya tidak murni vegetatif karena batang bawahnya berasal dari perbanyakan biji. Prinsip pembuatannya sama dengan biji okulasi, yang membedakannya ialah, pada bibit okulasi yang disambungkan adalah mata tunas, sedangkan pada bibit sambungan yang disambungkan adalah kumpulan mata tunas atau batang. Kelebihan dan kekurangan dari cara pembibitan ini sama dengan cara pembibitan okulasi.

2.2.2. Aspek Teknis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003) secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis yaitu dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi tempat usaha, teknologi yang paling tepat dalam menjalankan usaha dan metode yang baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usaha. Anjuran literatur pengelolaan usahatani pembibitan durian durian menurut Neni Suhaeni sesuai tahapan adalah sebagai berikut:

- a. Pengumpulan Biji : Biji yang telah dikumpulkan langsung dibersihkan dari sisa-sisa daging buah, lalu dicuci sampai bersih setelah itu dikeringkan.
- b. Penyemaian biji : Biji yang telah dicuci dan dikeringkan kemudian disemai

selama 2 sampai 3 bulan dengan sistem bedengan menggunakan media tanah dan pupuk dengan perbandingan 1:1.

- c. Penyambungan bibit : Bibit yang telah berumur sekitar 2 sampai 3 bulan disambung dengan pucuk yang telah disediakan. Penyambungan dilakukan di polybag yang telah diisi dengan campuran sabut kelapa (cocopeat) dan tanah dengan perbandingan 1:3.
- d. Pembuatan sungkup plastik : Setelah disambung, bibit diletakkan di dalam sungkup selama kurang lebih 1 bulan, kemudian bibit dibiarkan selama 1 bulan untuk beradaptasi dengan lingkungan luar.
- e. Pemeliharaan : Setelah keluar dari sungkup, bibit harus dipelihara, seperti penyiangan rumput dan gulma, penyiraman pada sore hari dan pengendalian hama dan penyakit.
- f. Penjualan bibit : Bibit yang telah berumur lebih dari satu bulan dikeluarkan dari dalam sungkup dipindahkan ke polybag baru yang diisi dengan campuran tanah, pupuk kandang, pupuk kompos dengan perbandingan 2:1:1 hingga mencapai $\frac{3}{4}$ volume polybag. Setelah bibit berumur 4 sampai 6 bulan, dan telah mencapai tinggi tanaman 40-80 cm, bibit sudah siap untuk dijual.

2.3. Konsep Usahatani

Hernanto (2002) menyatakan subsistem usahatani yang menghasilkan berbagai macam produk pertanian (bahan pangan, hasil perkebunan, daging, dan lainnya) mencakup semua bentuk organisasi produk, mulai dari skala kecil (usahatani) keluarga sampai yang berskala besar (perusahaan, peternakan) termasuk budidaya pertanian yang menggunakan lahan secara insentif. Dalam melaksanakan usahatani ada empat faktor produksi yaitu: lahan, tenaga kerja,

modal dan pengelolaan (manajemen) apabila keempat dapat berjalan dengan baik diharapkan dapat mengoptimalkan produksi dari suatu usahatani.

Usahatani merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang cara petani mengelola input atau faktor-faktor produksi dengan efektif dan efisien untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan meningkat. Dikatakan meningkat apabila petani dapat mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki sebaik-baiknya, dikatakan efisien apabila pemanfaatan sumberdaya tersebut menghasilkan output (Rahim dan Diah, 2007).

Tanah merupakan sumberdaya alam yang digunakan untuk usaha pertanian atau lebih dikenal dengan istilah lahan pertanian. Tanah mempengaruhi terhadap pendapatan usahatani. Faktor-faktor tanah yang mempengaruhi terhadap pendapatan usahatani adalah luas garapan, kondisi fisik, fragmentasi tanah, lokasi tanah dari pusat perekonomian, serta status penguasaan tanah. Secara umum, dikatakan semakin luas lahan (yang digarap/ditanami), maka semakin besar jumlah produksi yang dihasilkan oleh lahan tersebut (Rahim dan Diah, 2008).

Soekartawi (2002) menyatakan jumlah tenaga kerja akan mempengaruhi pada skala usaha. Usaha pertanian skala kecil menggunakan tenaga kerja dalam keluarga dan tidak memerlukan tenaga kerja yang memiliki keahlian. Sebaliknya pada usaha pertanian skala besar lebih banyak menggunakan tenaga kerja luar keluarga. Usahatani dikatakan intensif jika banyak menggunakan tenaga kerja dan atau modal per satuan luas. Kata "banyak" inilah yang sukar ditentukan. Oleh karena itu, dapat dilihat dari tiap kegiatannya, misalnya kegiatan pengolahan tanah dan pemeliharaan tanaman. Contoh usahatani intensif adalah jika seseorang

petani menggarap tanah sesuai dengan kebutuhan sampai siap untuk ditanami, menggunakan pupuk awal, bibit unggul, melakukan penyiangan dan pemupukan periodik. Tiga setengah bulan kemudian, petani tersebut panen, dan memperoleh hasil (Suratiah, 2009).

Mubyarto (2000) berpendapat bahwa modal merupakan barang atau uang yang merupakan salah satu faktor-faktor produksi yang menghasilkan suatu barang-barang baru yaitu dalam hal ini hasil pertanian. Modal dapat dikatakan produktif apabila dalam penggunaannya dapat menghasilkan sesuatu hasil lebih dari jumlah yang diperlukan untuk menutupi biaya bagi semua faktor produksi.

Pengelolaan usahatani yang efisien akan mendatangkan pendapatan yang positif atau suatu keuntungan, usahatani yang tidak efisien akan mendatangkan suatu kerugian. Usahatani yang efisien adalah usahatani yang produktivitasnya tinggi, ini bisa dicapai jika manajemen pertaniannya baik.

a. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan unsur produksi dalam usahatani. Kerja seseorang dipengaruhi oleh umur, pendidikan, keterampilan, pengalaman dan tingkat kesehatan. tenaga kerja dapat diperoleh dari dalam keluarga dan luar keluarga. Tenaga kerja dari luar keluarga diperoleh dengan cara upahan atau arisan tenaga kerja. Tenaga kerja dalam keluarga umumnya oleh petani tidak diperhitungkan karena sulit pengukuran penggunaannya. Tenaga kerja dibagi lagi menjadi tenaga kerja pria, tenaga kerja wanita dan tenaga kerja anak-anak. Batasan tenaga kerja anak-anak adalah berumur 14 tahun kebawah (Hernanto,1998). Faktor tenaga kerja merupakan faktor yang penting dalam kegiatan usaha. Penempatan tenaga

kerja disesuaikan dengan jumlah kebutuhan yang diperlukan sehingga memberikan hasil yang optimal (Soekartawi, 1994).

b. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang digunakan untuk menciptakan suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan tersebut (Sukirno, 2002).

Rahim (2007) menyatakan bahwa pengeluaran yang dikeluarkan dalam usahatani sama dengan biaya usahatani. Biaya usahatani merupakan pengorbanan yang dilakukan oleh usahatani dalam mengelola usahanya dan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya usahatani dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: biaya tetap (*fixed cost*), biaya tidak tetap (*variable cost*) dan biaya total (*total cost*). Teori-teori biayanya yaitu: a) biaya tetap atau *fixed cost* (FC) adalah biaya yang tidak berubah berapapun jumlah barang yang diproduksi, b) biaya tidak tetap atau *variable cost* (VC) adalah biaya yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah output yang dihasilkan semakin banyak. Sebaliknya, sedikit output yang dihasilkan, semakin sedikit pula biaya variabel yang dikeluarkan, c) biaya total atau *total cost* (TC) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua output baik barang maupun jasa. Biaya total dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total (TFC) dengan biaya variabel total (TVC).

c. Produksi

Produksi merupakan kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaat atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini terdiri dari beberapa macam, diantaranya faedah bentuk, faedah waktu, faedah tempat serta kombinasi dari

beberapa faedah tersebut. Dengan demikian produksi tidak terbatas pada pembuatan, tetapi sampai pada distribusi. Namun, komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa. Faktor produksi adalah faktor yang mutlak diperlukan dalam proses produksi. faktor produksi terdiri dari lima komponen, yaitu : tanah, modal, tenaga kerja, skill, dan manajemen. Masing-masing faktor produksi mempunyai fungsi yang berbeda dan saling terkait satu sama lain. Kalau salah satu faktor produksi tidak tersedia, maka produksi tidak berjalan (Daniel, 2002).

d. Pendapatan

Pengertian pendapatan menurut Kartikahadi, dkk (2012) adalah: Penghasilan (*income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Menurut Sodikin dan Riyono (2014), “Penghasilan (*income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan (*revenue*) dan keuntungan (*gain*). Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa”.

Pendapatan usahatani merupakan selisih antara penerimaan dengan seluruh biaya, dengan kata lain pendapatan usahatani meliputi pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor adalah nilai produksi suatu komoditi

pertanian keseluruhan sebelum dikurangi dengan biaya produksi, sedangkan pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan pengeluaran usahatani (Rahim, 2007).

e. Efisiensi Usahatani

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara output fisik dengan input fisik. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Dalam ilmu ekonomi produksi efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber atau biaya untuk mencapai dari hasil kegiatan yang dijalankan. Dikatakan efisien jika pemanfaatan sumberdaya tersebut menghasilkan suatu output atau keluaran yang melebihi masukan atau input (Soekartawi, 2006).

2.4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Keahlian terutama pada bidang pemasaran menentukan berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan perusahaan. Sesuai dengan perkembangan ekonomi, maka kegiatan pemasaran pada suatu perusahaan terus mengalami perubahan.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Dalam pemasaran terdapat kegiatan pembelian, pengumpulan, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, resiko dan informasi pasar (Darus, 2018).

Adapun dalam memasarkan barang, seorang muslim dilarang menggunakan sumpah palsu sebagaimana dalam hadist berikut:

حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عَدِيٍّ عَنْ شُعْبَةَ بْنِ الْعَلَاءِ وَابْنِ جَعْفَرٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ قَالَ سَمِعْتُ الْعَلَاءَ عَنْ أَبِي بِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْيَمِينُ الْكَاذِبُ بَةُ مَنَفَقَةٌ لِسُلْعَةٍ مَمْحَقَةٌ لِلْكَسْبِ وَقَالَ ابْنُ جَعْفَرٍ الْبَرَكَةُ

Nabi bersabda: “ *sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan pekerjaan.*” Ibnu fajar berkata: “*menghapus keberkahan*”.

(Matan lain: Bukhori 1945, Nasa’I 4385, Abu Daud 2897, Ahmad 6909,6992,8981).

Dari hadist tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berlebihan dengan sumpah palsu, bombastis, tetapi harus realitas. Karena, jika dilakukan dengan penuh bombastis, dapat menyesatkan dan mengecoh konsumen. Jika suatu saat konsumen itu menyadari akan kebohongan suatu produk, maka secara pasti mereka akan meninggalkannya. Akibatnya, produksi akan mengalami penurunan, tentu saja keuntungan semakin kecil.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang yang didalamnya terdapat suatu individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang di butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler, 2007).

Philip Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa pemasaran yaitu fungsi suatu organisasi dan serangkaian proses dengan tujuan menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dengan cara yang

menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi.

Angipora (2002) menyatakan kemampuan untuk mendapatkan data dan informasi pemasaran yang lengkap dari berbagai sumber sebagai masukan bagi manajer dalam pengambilan keputusan sangat bergantung pada keberhasilan pemerintah dalam memutuskan dan menetapkan kebijakan yang akan dilaksanakan didalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Sistem pemasaran pertanian merupakan satu kesatuan urutan lembaga lembaga pemasaran, yang bertugas melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk pertanian dari produsen awal ke tangan konsumen akhir. (Gumbira,2001).

Pemasaran (*marketing*) merupakan hal yang paling mendasar sehingga tidak dapat diartikan sebagai fungsi yang terpisah. Pemasaran sebenarnya sekedar mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen (Kotler, 2000).

Unsur utama pemasaran diklasifikasikan menjadi tiga dasar unsur utama, yaitu :

- a. Unsur strategi persaingan, meliputi :
 1. Segmentasi pasar, adalah tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen dengan terpisah. Setiap konsumen memiliki kebutuhan produk bauran pemasaran tersendiri dan karakteristik yang terpisah.
 2. *Targetting*, adalah tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

3. *Positioning*, adalah penetapan posisi pasar. Bertujuan untuk mengkomunikasikan dan membangun keunggulan produk bersaing yang terdapat di pasar kedalam benak konsumen.

Unsur taktik pemasaran, meliputi:

1. Diferensiasi, terkait dengan cara membangun strategi pemasaran di berbagai aspek perusahaan. Inilah yang membedakan differensiasi yang dilakukansuatu perusahaan dengan perusahaan lainnya.
2. Bauran pemasaran (*marketing mix*), berhubungan kegiatan mengenai suatu produk, promosi, tempat, harga, atau dikenal dengan sebutan 4P, yaitu *product, price, promotion, dan place*.

2.5. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran untuk menentukan pasar dan konsep bauran pemasaran. Dalam hal ini terdapat dua bagian yang saling berhubungan yaitu: pasar sasaran dan bauran pemasaran. Inti pemasaran terdiri atas tiga langkah pokok yaitu segmentasi pasar (mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang terpisah-pisah yang membutuhkan produk dan atau bauran pemasaran tersendiri, penentuan pasar sasaran (tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki maupun dilayani), tindakan membangun dan mengkomunikasikan manfaat produk yang istimewa dari produk didalam pasar (Tjiptono, 1997).

Selanjutnya, bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya (Nurbaity, 2004). Selanjutnya Syahyunan

(2004) mendefinisikan bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang terkontrol yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk memuaskan kelompok sasaran. Lebih lanjut Alma (2000) bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4p yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Keempat faktor bauran pemasaran tersebut merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, yang akan berimbas kepada loyalitas sehingga usaha akan terus bertahan dan berkembang (Rachmawaty, 2011).

2.6. Analisis SWOT

Boesman (2005) menyatakan analisis SWOT merupakan proses penarikan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam dunia bisnis yang dikenal sebagai penaksiran atau analisis SWOT. Kekuatan merupakan seluruh faktor internal yang dapat didayagunakan untuk mendukung pertumbuhan suatu usaha sedangkan kelemahan meliputi faktor-faktor internal yang merugikan terhadap proses pencapaian dalam suatu usaha.

Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakneses*) internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan (Yunus, 2016).

Analisis lingkungan merupakan suatu proses monitoring yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk menentukan kesempatan kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnosa lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang

dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisa lingkungan (Yunus, 2016).

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi sebagai berikut:

1. Analisis internal

Analisis internal adalah analisis yang dilakukan terhadap kekuatan serta kelemahan sebuah perusahaan atau organisasi.

a. Kekuatan (*Strength*)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penelitian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran dan basis pelanggan yang dimiliki. Kekuatan (*strength*) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

b. Kelemahan (*weaknesses*)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian. Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang

tidak diminati atau kurang diminta oleh para pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

c. Analisis eksternal

Analisis eksternal adalah suatu alat untuk mengukur peluang dan ancaman pada sebuah perusahaan atau organisasi.

d. Peluang (*Opportunities*)

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan dirinya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Dipihak lain, perusahaan-perusahaan baru berumunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli di mana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

e. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah tantangan yang diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan di masa depan. Dengan melakukan kedua analisis tersebut maka perusahaan dikenal dengan melakukan analisis SWOT (Kotler, 2000).

Dalam analisis SWOT, umumnya masalah kekuatan dan kelemahan adalah masalah internal, sementara masalah peluang dan ancaman adalah masalah

eksternal. Masalah eksternal umumnya sulit dikuasai dan bahkan masuk kedalam kategori variabel yang tidak terkontrol (Soekartawi, 2000).

Tabel 3. Klasifikasi SWOT

<i>Internal Factor Analysis Summary</i>	<i>External Factor analysis summary</i>
1. <i>Strength</i> (kekuatan)	1. <i>Opportunity</i> (peluang)
2. <i>Weaknesses</i> (kelemahan)	2. <i>Threat</i> (ancaman)

Sumber : Soekartawi, 2000.

Analisis SWOT pada dasarnya untuk mengembangkan atau memandu dalam usaha penjualan menuju masa depan. Analisis SWOT merupakan suatu analisis untuk mengetahui keadaan internal dalam suatu usaha meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), dan keadaan eksternal yang meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Analisis SWOT mencakup antara lain:

1. Identifikasi atas berbagai kekuatan potensi pemasaran. Kekuatan yang dimaksud adalah apa yang sudah ada dan apa yang telah dilakukan dengan baik terhadap potensi pemasaran dalam suatu usaha.
2. Identifikasi terhadap berbagai kelemahan signifikan utama potensi pemasaran dalam suatu usaha yang dapat menghambat pencapaian tujuan usaha. Kelemahan merupakan sesuatu yang tidak dapat dilakukan dengan baik dan memerlukan upaya untuk mengatasi kelemahan tersebut.
3. Identifikasi berbagai peluang signifikan utama potensi pemasaran dalam suatu usaha yang dapat mendorong pencapaian tujuan usaha. Peluang merupakan potensi situasi yang menguntungkan dan perlu mengoptimalkan dan memprioritaskan untuk mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya.

4. Identifikasi berbagai ancaman yang signifikan terhadap potensi pemasaran dalam suatu usaha yang dapat menghambat pencapaian tujuan dalam suatu usaha. Ancaman merupakan potensi situasi yang kurang menguntungkan yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan yang perlu diatasi agar dapat menjamin kelangsungan usaha.

Sistem penilaian yang dilakukan adalah memberikan penilaian dalam bentuk matrik kepada dua kelompok besar yaitu faktor internal (IFAS/ *Internal Factor Analysis Summary*) yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS/ *Eksternal Factor Analysis Summary*) yang terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*).

2.6.1. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu Faktor Strategi Eksternal (EFAS).

Tabel 4. Model EFAS (*Eksternal Factor Analysys summary*)

No	Faktor-faktor Strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
PELUANG					
1					
2					
3					
4					
5					
Subtotal					
ANCAMAN					
1					
2					
3					
4					
5					
Subtotal					
Total					

Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman perusahaan dalam kolom 1.
2. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
4. Kalikan 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 dengan 1,0 (*poor*).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan

perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2.6.2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Matriks Faktor Strategi Internal merupakan matriks yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang mempengaruhi perusahaan. Setelah faktor-faktor strategi internal perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *Strength* (Kekuatan) and *Weaknesses* (Kelemahan) perusahaan. *Strength* merupakan faktor kekuatan internal yang berpengaruh terhadap perusahaan, sedangkan *Weaknesses* merupakan faktor kelemahan yang berpengaruh terhadap perusahaan.

Tabel 5. Model IFAS (*Internal Factor Analysis summary*)

No	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
KEKUATAN					
1					
2					
3					
4					
5					
Subtotal					
KELEMAHAN					
1					
2					
3					
4					
5					
Subtotal					
Total					

Tahapannya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

2. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. Misalnya, jika kelemahan besar sekali dengan rata-rata industri yang nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata-rata industri nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 0,0 (*poor*).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung. Jumlahkan skor (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*).

Salah satu metode atau alat analisis yang digunakan untuk menyusun deskripsi tentang faktor-faktor strategi perusahaan adalah SWOT matriks. Matriks-matriks ini dinilai mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan harus disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategik.

Tabel 6. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	Strength (Kekuatan) Tentukan 5-10 Faktor-Faktor Kekuatan Internal	Weaknesses (Kelemahan) Tentukan 5-10 Faktor- Faktor Kelemahan Internal
Opportunities (Peluang) Tentukan 5-10 Faktor- Faktor Peluang Eksternal		Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (Ancaman) Tentukan 5-10 Faktor-Faktor Ancaman Eksternal		Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2009)

Keterangan :

1. EFAS = *Eksternal Factor Analysis Summary*
2. IFAS = *Internal Factor Analysis Summary*

3. Strategi SO, memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
4. Strategi ST, menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
5. Strategi WO, diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

2.7. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) atau Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif adalah alat yang membantu penyusun strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal. Sumber QSPM diperoleh dari alternatif strategi yang diturunkan dari matriks SWOT. QSPM adalah alat yang direkomendasikan oleh para ahli untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan key success factors internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, teknik tersebut bertujuan untuk menentukan kemenarikan relatif (*relative attractiveness*) dari pelaksanaan strategi alternatif dan untuk menentukan strategi alternatif mana yang paling baik untuk diimplementasikan (Umar 2008).

Tabel 7. Alat Analisis QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Strategi Alternatif					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi Ke-N	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang:							
Ancaman:							
Kekuatan:							
Kelemahan:							
Total							

Sumber: David (2011)

Langkah untuk membuat matriks QSPM adalah sebagai berikut:

- a) Buat daftar dari peluang/ancaman eksternal perusahaan dan kekuatan/kelemahan internal perusahaan pada kolom paling kiri. Informasi ini harus diambil dari matriks EFAS dan matriks IFAS. Minimum 10 faktor eksternal dan internal kunci keberhasilan harus dimasukkan dalam matriks QSPM.
- b) Tentukan bobot untuk setiap faktor kunci eksternal dan internal. Bobot ini sama seperti yang ditentukan pada matriks EFAS dan IFAS. Bobot ini disajikan pada kolom disebelah kanan faktor kunci.
- c) Mengidentifikasi strategi alternatif yang harus dipertimbangkan sebuah organisasi untuk diterapkan. Tuliskan strategi ini pada baris paling atas pada QSPM. Kelompokkan strategi ke dalam kumpulan eksklusif antar satu sama lain jika mungkin.
- d) Tentukan nilai daya tarik (*attractiveness scores*) yang didefinisikan sebagai nilai numerik yang menunjukkan daya tarik relatif pada setiap strategi dalam kumpulan strategi. Nilai daya tarik harus ditentukan untuk setiap strategi yang memperlihatkan daya tarik relatif antara satu strategi dengan strategi lainnya dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Kisaran dari nilai daya tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik.
- e) Menghitung total nilai daya tarik (*total attractiveness scores*). Total nilai daya tarik didefinisikan sebagai perkalian antara bobot dengan nilai daya tarik pada setiap baris. Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari setiap strategi alternatif, mempertimbangkan hanya dampak dari faktor kunci keberhasilan eksternal dan internal yang berdekatan. Total nilai daya tarik tertinggi ialah strategi alternatif yang paling menarik.

f) Menghitung jumlah dari total nilai daya tarik. Jumlahkan total nilai daya tarik pada setiap kolom strategi dari QSPM. Jumlah total nilai daya tarik menampakkan strategi mana yang paling menarik dalam setiap kumpulan strategi alternatif. Nilai tertinggi menunjukkan strategi yang paling menarik dengan mempertimbangkan semua faktor eksternal dan internal yang relevan yang berdampak pada keputusan strategi. Besarnya perbedaan antara jumlah total nilai daya tarik dalam sekumpulan strategi alternatif menunjukkan keinginan relatif dari satu strategi dengan strategi lainnya.

2.8. Penelitian Terdahulu

Hendriyana dkk (2016) telah melakukan penelitian tentang Analisis Usahatani Bibit Durian (Suatu kasus di Desa Teja Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Deskripsi usahatani bibit durian, nilai pendapatan usahatani bibit durian, dan efisiensi R/C rasio usahatani bibit durian. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik penentuan responden sensus dengan jumlah responden sebanyak 35 dan semuanya dijadikan sebagai sampel. Deskripsi usahatani bibit durian meliputi penyiapan batang bawah, pengisian tanah ke dalam plastik polybag, perbanyakan (okulasi) dan pemeliharaan perlindungan bibit, serta pemasaran. Dalam kegiatan usahatani bibit durian petani mengeluarkan biaya total sebesar Rp 31.745.000,- yang merupakan penjumlahan dari keseluruhan biaya tetap dan biaya variable. Penerimaan yang diterima petani adalah sebesar Rp. 51.100.000,- ini merupakan hasil perkalian antara harga bibit dan jumlah bibit, maka pendapatan bersih yang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 19.355.000,- per tahunnya. Dan R/C Rasio

usahatani bibit durian menunjukan bahwa usahatani tersebut layak dijalankan karena nilainya lebih dari 1.

Orchida Indahwaty T. (2009) telah melakukan penelitian tentang Analisis Usahatani dan Saluran Pemasaran Pembibitan Tanaman Buah di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai. Tujuan Penelitian 1) Untuk mengetahui tingkat pengelolaan usahatani Penangkaran bibit tanaman buah di daerah penelitian. 2) Untuk mengetahui penggunaan tenaga kerja dalam keluarga dan penggunaan tenaga kerja luar keluarga dalam Usahatani Pembibitan Tanaman Buah di daerah penelitian. 3) Untuk mengetahui perbedaan tingkat penerimaan, biaya produksi, pendapatan bersih berdasarkan jenis bibit tanaman buah pada usahatani penangkaran bibit tanaman buah di daerah penelitian. 4) Untuk mengetahui apakah usahatani Penangkaran bibit tanaman buah layak untuk diusahakan di daerah penelitian. 5) Untuk mengetahui saluran pemasaran dan fungsi pemasaran bibit tanaman buah di daerah penelitian. Diketahui bahwa terdapat perbedaan untuk total pendapatan bersih rata-rata yang diperoleh pada masing-masing usahatani pembibitan tanaman buah di daerah penelitian, dimana pendapatan bersih terbesar adalah total pendapatan bersih untuk pembibitan tanaman rambutan yaitu sebesar Rp. 29.997.696., sedangkan total pendapatan bersih terkecil adalah total pendapatan bersih untuk pembibitan tanaman mangga yaitu sebesar Rp. 7.682.934. Dari hasil analisis R/C ratio usahatani pembibitan tanaman buah menurut umur selama 1 tahun di atas dapat diketahui bahwa usahatani pembibitan tanaman buah di daerah penelitian layak untuk diusahakan karena nilai $R/C \geq 1$.

Terdapat dua saluran pemasaran bibit tanaman buah di daerah penelitian yaitu saluran pemasaran pertama ialah penjualan bibit tanaman kepada pedagang perantara yang berasal dari daerah yaitu Medan/ Tanjung Morawa dan saluran pemasaran kedua yaitu penjualan bibit kepada konsumen yang berasal dari luar provinsi seperti Aceh, Riau, dan Jambi. Sehingga saluran pemasaran bibit tanaman di daerah penelitian singkat.

Albertus (2020) telah melakukan penelitian tentang Strategi Pemasaran Bibit Durian Cv. Mulyodadi Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Tujuan penelitian ini 1) Mengetahui apa yang menjadi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan CV. Mulyodadi dalam pemasaran bibit durian, 2) merumuskan strategi pemasaran bibit durian yang dilakukan oleh perusahaan CV. Mulyodadi. Pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan cara menentukan target elemen populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya. dengan pertimbangan tertentu maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 40 responden. Adapun ke 40 orang yang menjadi responden dipilih dari konsumen, karyawan dan pemilik yang ada di CV. Mulyodadi agar bisa menentukan bobot dalam analisis SWOT. Strategi pemasaran yang tepat untuk perusahaan CV. Mulyodadi adalah strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (*Growch – Oriented – strategy*) dengan memanfaatkan peluang-peluang dan kekuatan-kekuatan yang ada. Strategi pertumbuhan merupakan strategi bersaing yang berusaha mengembangkan (membesarkan) perusahaan sesuai dengan ukuran besaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

Sukma Ningrum (2011) telah melakukan penelitian tentang Strategi Pemasaran Durian Sanggaran (*Durio Zibethinus M.*) di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar Dengan Metode Competitive Profile Matriks (CPM). Tujuan penelitian ini adalah 1) faktor-faktor keberhasilan penting dalam pemasaran Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, 2) Mengetahui faktor-faktor strategis dalam pemasaran Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, 3) Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, 4) Menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar yaitu: a) Strategi S-O (Strength Opportunity) Menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki Durian Sanggaran. Optimalisasi penggunaan berbagai media untuk media promosi, b) Strategi W-O (Weakness-Opportunity) menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk. Memblow up tempat tempat penjualan durian lokal, c) Strategi S-T (Strength-Threat) menjalin kemitraan dengan pemerintah dan lembaga keuangan erbaikan kios pedagang durian, d) Strategi W-T (Weakness-Threat) meningkatkan daya saing produk serta memperkuat promosi dan pelanggan serta modifikasi produk. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar berdasarkan analisis QSPM adalah perbaikan kios pedagang durian dengan skor 6,146.

Meri dkk (2017) telah melakukan penelitian tentang Analisis Finansial Usahatani Pembibitan Buah Durian Lokal (*Durio zibethinus L*) Pada Tingkat Kelompok Tani Kecamatan Barong Toongkok Kabupaten Kutai Barat. Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui tahapan usaha pembibitan buah Durian lokal yang diusahakan oleh masyarakat di Kecamatan Barong Tongkok, Kabupaten Kutai Barat; (2) Untuk mengetahui kelayakan finansial usaha pembibitan Durian lokal di Kecamatan Barong Tongkok, Kabupaten Kutai Barat. Objek penelitian ini adalah petani di Kampung Ombau Asa dan Geleo Asa Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat Provinsi Kalimantan Timur. Menggunakan metode sensus pada kelompok tani di Kampung Ombau Asa dan Geleo Asa, dimana semua bibit tanaman sebanyak 110.000 bibit sebagai objek penelitian yang terdapat di pembibitan pada Kampung Ombau Asa dan Geleo Asa Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat. Analisis kelayakan finansial pada usaha pembibitan Durian Lokal di Kampung Ombau Asa dan Geleo Asa Kecamatan Barong Tongkok, menunjukkan total biaya produksi sebesar Rp. 38.330.000, sedangkan penerimaan sebesar Rp. 150.000.000, dan keuntungan sebesar Rp. 111.670.000. Usahatani pembibitan Buah Durian Lokal di Kampung Ombau Asa dan Geleo Asa layak diusahakan. B/C rasio yang diperoleh sebesar 3,91, produktivitas produksi lebih besar dari BEP produksi yaitu 110.000 bibit > 5.679 bibit dan harga yang diterima oleh pemilik pembibitan lebih besar dari BEP harga yaitu Rp. 2.000 > Rp.348,45.

Yulius Randy Rumbayan (2012) telah melakukan penelitian tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rumah Durian Harum Kalimalang, Jakarta Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mengidentifikasi faktor-

faktor lingkungan internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan usaha Rumah Durian Harum Kalimalang, Jakarta Timur, (2) mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha Rumah Durian Harum Kalimalang, Jakarta Timur, dan (3) menganalisis dan merekomendasikan alternatif strategi dan prioritas strategi yang tepat sebagai masukan yang diharapkan memberikan manfaat dalam pengembangan usaha Rumah Durian Harum Kalimalang, Jakarta Timur. Pengkajian faktor-faktor strategi internal dan eksternal dilakukan dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan (Paired Comparison Method), analisis matriks IE dan matriks SWOT, serta analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Urutan prioritas strategi perusahaan hasil analisis matriks QSP berdasarkan Total Attractiveness Scores (TAS) tertinggi sampai terendah adalah meningkatkan hubungan baik dengan pihak pemasok lokal dan importir buah dengan perolehan skor 6,7379; menggunakan perkembangan teknologi dalam melakukan pemasaran dengan skor sebesar 6,6955; melakukan kemitraan dengan pihak penghasil produk olahan durian dimana skor yang dihasilkan sebesar 6,5091; meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen dengan perolehan skor sebesar 5,9136; serta mengembangkan jenis usaha dengan membentuk sistem franchise dengan perolehan skor terendah sebesar 5,5182.

2.9. Kerangka Berpikir Penelitian

Dalam setiap usaha pertanian, bibit merupakan suatu titik awal dalam kegiatan budidaya, sehingga kualitas produk budidaya akan sangat tergantung pada kualitas benihnya. Sehingga diperlukan kegiatan pengelolaan yang baik agar

pembudidayaan bibit dapat menguntungkan pihak produsen maupun konsumen (Wibowo, 1999). Menurut Poerwanto (2001), penyebab turunnya produksi durian dikarenakan pada awalnya perkebunan buah belum menggunakan bibit yang baik dan petani atau pekebun buah-buahan tidak melakukan kegiatan pemeliharaan. Selain itu, bibit yang diperbanyak terserang oleh organisme pengganggu tanaman (OPT) yang mengakibatkan bibit tidak berhasil tumbuh bahkan mati. Bibit yang berkualitas merupakan awal yang baik untuk mengusahakan tanaman buah durian.

Oleh karena itu, Terdapat tempat pembibitan durian unggul yang berada di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Jenis durian unggul yang dibudidayakan adalah musangking, monthong, bawor dan D24. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat pembibitan durian varietas unggul yang berada di Desa Balam Jaya ini untuk mengetahui bagaimana teknis pembibitan durian unggul yang dilakukan oleh petani, karena bibit durian bermutu tinggi memerlukan teknik pembibitan yang baik. Salah satu kriteria bibit bermutu adalah telah memiliki label sertifikasi. Metode yang memungkinkan untuk produksi bibit unggul adalah perbanyakan secara vegetatif, yaitu perbanyakan yang tidak menggunakan biji sebagai bahan tanam. Teknik perbanyakan secara vegetatif ini ada beberapa macam, diantaranya adalah okulasi, teknik sambung (grafting) dan cangkok. Untuk tujuan komersial, maka teknik okulasi dan grafting adalah yang tepat (Ashari, 2017).

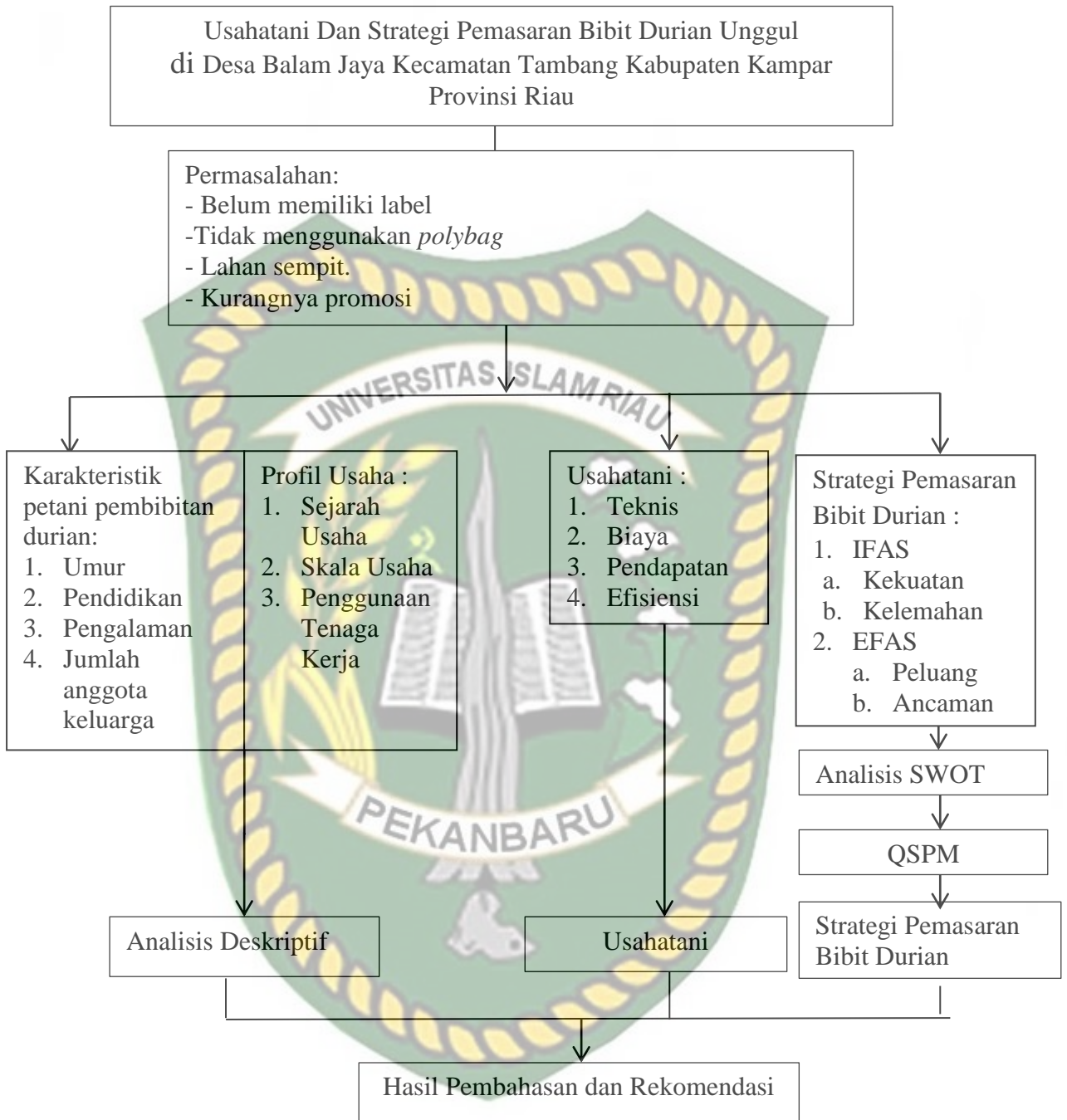
Setelah mengetahui teknis pembibitan durian yang dilakukan, selanjutnya menganalisis usahatani pembibitan durian, apakah sudah menguntungkan atau belum, dengan cara menganalisis biaya, pendapatan dan efisiensi pembibitan durian. Jika $RCR > 1$ maka usahatani pembibitan durian di Desa Balam jaya layak

untuk diusahakan. Diketahui dari data prodeskel Desa Balam Jaya, bahwa lahan sawah lebih luas daripada tegal/ladang, lahan sawah seluas 122,5 Ha sedangkan tegal/ladang seluas 36 Ha. Dengan lahan yang lebih sempit apakah petani mampu untuk mengelola usahatani pembibitan durian menjadi suatu keuntungan.

Melihat bahwa permintaan akan durian varietas unggul yang cukup tinggi dikarenakan produksi buah durian unggul yang belum mencukupi dikarenakan kebun durian unggul yang masih belum banyak dibudidayakan. Oleh karena itu mulai banyak petani yang ingin membudidayakan kebun durian varietas unggul, tentunya bibit durian unggul menjadi kunci utamanya. Tentunya hal ini akan mengakibatkan permintaan bibit durian unggul menjadi lebih tinggi. Jika petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya dapat mengelola usahatani pembibitan durian dengan baik, hal ini akan menguntungkan petani dan meningkatkan pendapatannya.

Kendala lain yang diketahui setelah pra survey yang dilakukan, yaitu petani pembibitan durian di Desa Balam jaya masih kurang dalam melakukan promosi serta pemasaran bibit durian yang dilakukan. Padahal hal ini merupakan sesuatu yang penting, supaya usahatani yang dikelola dapat berjalan dengan baik. Berkaitan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Usahatani Dan Strategi Pemasaran Bibit Unggul Durian Di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari skema kerangka berpikir pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Usahatani dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul (Studi Kasus: Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau)

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey pada usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

Lokasi penelitian ini yaitu pada usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau dikarenakan Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang merupakan daerah penghasil bibit durian varietas unggul.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu bulan Mei 2021 sampai bulan Oktober 2021 dengan rangkaian kegiatan meliputi penyusunan proposal, persiapan dan pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, dan penyusunan laporan akhir penelitian.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya yang memproduksi dan menjual bibitnya. Jumlah petani sebanyak 12 petani dan keseluruhan petani tersebut dijadikan responden dan pengambilan responden dilakukan secara sensus.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari wawancara dengan responden menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu serta pengamatan langsung ke lapangan. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung

menggunakan kuesioner dengan petani pembibitan durian menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang memberikan data kepada peneliti. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Data sekunder meliputi keadaan umum daerah penelitian; batas-batas wilayah penelitian, jumlah penduduk, pendidikan, serta informasi lain yang dianggap perlu guna menunjang dan melengkapi data penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Untuk mengurangi kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka perlu dibuat konsep operasional sebagai berikut:

1. Petani pembibitan durian adalah petani yang mengusahakan bibit durian mulai dari benih (biji durian) sampai menjadi bibit durian yang siap untuk dijual.
2. Analisis usahatani pembibitan durian adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui penggunaan input-input produksi (bibit, pupuk, tenaga kerja, peralatan, dan tanah), pendapatan kotor, besarnya pendapatan bersih dan efisiensi yang diterima petani dalam usahatani pembibitan durian.
3. Usahatani pembibitan durian adalah suatu kegiatan usahatani yang menjadikan bibit durian sebagai komoditi dalam usahatannya.
4. Umur petani adalah usia atau lamanya hidup petani pembibitan durian (tahun).
5. Tenaga kerja adalah curahan tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga yang digunakan dalam usahatani pembibitan durian (HOK).

6. Pengalaman usahatani adalah lamanya petani tersebut melakukan pengelolaan usahatani pembibitan durian pada waktu dan tempat tertentu (tahun).
7. Input produksi adalah faktor produksi pembibitan durian yang diberikan pada bibit durian agar bibit dapat tumbuh dan memberikan hasil bibit yang baik, seperti pupuk, tanah, tenaga kerja, dan peralatan.
8. Biaya usahatani adalah Biaya variabel dan biaya tetap yang dikeluarkan petani selama proses usahatani pembibitan durian (Rp/periode produksi/unit usahatani).
9. Satu periode produksi usahatani pembibitan durian yaitu selama tujuh bulan.
10. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah berapapun jumlah bibit durian yang diproduksi oleh petani pembibitan durian meliputi biaya penyusutan dan alat-alat pertanian (Rp/periode produksi/unit usahatani).
11. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah bibit durian yang dihasilkan (Rp/periode produksi/unit usahatani).
12. Produksi adalah seluruh jumlah bibit yang dihasilkan (batang/periode produksi/unit usahatani).
13. Harga produksi adalah harga komoditas bibit durian yang berlaku pada saat penelitian (Rp/batang/unit usahatani).
14. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil produksi (bibit durian) dikalikan dengan harga yang berlaku (Rp/periode produksi/unit usahatani).
15. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi pembibitan durian (Rp/periode produksi/unit usahatani).

16. Efisiensi usahatani adalah Tingkat efisiensi ekonomi usahatani pembibitan durian menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR) yaitu perbandingan antara jumlah penerimaan dan total biaya usahatani pembibitan durian. Menguntungkan atau tidak usahatani yang dijalankan dapat dilihat dari besarnya perbandingan nilai produksi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Usahatani dikatakan efisien jika ratio antara penerimaan (nilai produksi) dan pengeluaran mempunyai hasil > 1 .
17. Pemasaran bibit durian adalah suatu proses penyaluran bibit durian dari produsen ke konsumen.
18. Strategi pemasaran adalah suatu cara yang dijalankan oleh petani pembibitan durian dalam bidang pemasaran yang bertujuan mengalahkan pesaing untuk mempertahankan langganan dari suatu pasar tertentu.
19. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam usahatani pembibitan durian.
20. Faktor internal adalah suatu pendekatan untuk menyusun profil kekuatan dan kelemahan pemasaran usahatani pembibitan bibit durian.
21. Faktor eksternal adalah suatu pendekatan untuk menyusun profil peluang dan ancaman pemasaran usahatani pembibitan durian.
22. Matriks EFAS adalah suatu alat untuk mengukur peluang dan ancaman pada usahatani pemasaran bibit durian.
23. Matriks IFAS adalah suatu alat untuk mengukur suatu kekuatan dan kelemahan usahatani pemasaran bibit durian.

24. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) atau Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif adalah alat yang membantu penyusun strategi usahatani pembibitan durian untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal. Sumber QSPM diperoleh dari alternatif strategi yang diturunkan dari matriks SWOT.

3.5. Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian ditabulasi dan dianalisis berdasarkan tujuan penelitian dalam bentuk tabel dan gambar selanjutnya dianalisis sesuai dengan penelitian ini:

3.5.1. Karakteristik dan Profil Usaha Petani Pembibitan Durian

Analisis yang digunakan untuk menjawab karakteristik petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dengan deskriptif statistik seperti umur, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengalaman berusaha. Sedangkan analisis profil usaha meliputi: sejarah usaha, skala usaha, dan jumlah tenaga kerja. Data diambil melalui wawancara langsung dengan petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Data yang diperoleh dilapangan ditabulasikan secara sederhana kemudian dianalisis secara deskriptif statistik.

3.5.2. Teknis Pembibitan Durian, Biaya, Penyusutan Alat, Penerimaan, Pendapatan Bersih dan Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian

Analisis usahatani di analisis secara deskriptif kualitatif seperti teknis usahatani dan deskriptif kuantitatif meliputi biaya produksi, penerimaan, pendapatan bersih dan efisiensi usaha. Adapun model analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Teknis Usahatani Pembibitan Durian

Anjuran literatur pengelolaan usahatani pembibitan durian durian menurut Neni Suhaeni sesuai tahapan adalah sebagai berikut:

- Pengumpulan Biji : Biji yang telah dikumpulkan langsung dibersihkan dari sisa-sisa daging buah, lalu dicuci sampai bersih setelah itu dikeringkan.
- Penyemaian biji : Biji yang telah dicuci dan dikeringkan kemudian disemai selama 2 sampai 3 bulan dengan sistem bedengan menggunakan media tanah dan pupuk dengan perbandingan 1:1.
- Penyambungan bibit : Bibit yang telah berumur sekitar 2 sampai 3 bulan disambung dengan pucuk yang telah disediakan. Penyambungan dilakukan di polybag yang telah diisi dengan campuran sabut kelapa (cocopeat) dan tanah dengan perbandingan 1:3.
- Pembuatan sungkup plastik : Setelah disambung, bibit diletakkan di dalam sungkup selama kurang lebih 1 bulan, kemudian bibit dibiarkan selama 1 bulan untuk beradaptasi dengan lingkungan luar.
- Pemeliharaan : Setelah keluar dari sungkup, bibit harus dipelihara, seperti penyiangan rumput dan gulma, penyiraman pada sore hari dan pengendalian hama dan penyakit.
- Penjualan bibit : Bibit yang telah berumur lebih dari satu bulan dikeluarkan dari dalam sungkup dipindahkan ke polybag baru yang diisi dengan campuran tanah, pupuk kandang, pupuk kompos dengan perbandingan 2:1:1 hingga mencapai $\frac{3}{4}$ volume polybag. Setelah bibit berumur 4 sampai 6 bulan, dan telah mencapai tinggi tanaman 40-80 cm, bibit sudah siap untuk dijual.

b. Biaya Usahatani

Biaya usahatani pembibitan durian adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani pembibitan durian selama satu kali periode. Biaya usahatani terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Untuk menghitung besarnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani pembibitan durian dapat dihitung secara matematis dengan cara (Soekartawi, 2000).

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots(1)$$

$$TFC = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_n \dots\dots\dots(2)$$

$$TVC = Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5 + Y_6 + Y_n \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

TC = Total biaya (Rp/periode produksi)

TFC = Total biaya tetap (Rp/periode produksi)

TVC = Total biaya variabel (Rp/periode produksi)

X₁ = Gunting

X₂ = Cangkul

X₃ = Pisau

X₄ = Alat semprot pertanian (*Hand Spayer*)

X_n = Dan biaya alat lainnya

Y₁ = Biji durian

Y₂ = Plastik pembungkus

Y₃ = Tali plastik

Y₄ = Pupuk

Y₅ = Pestisida

Y₆ = Entres

Y_n = Dan biaya variabel lainnya

c. Penyusutan Alat

Peralatan yang digunakan pada usahatani pembibitan durian pada umumnya tidak habis dipakai untuk satu kali periode produksi (lebih dari satu tahun). Oleh karena itu, biaya peralatan yang dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya. Untuk menghitung penyusutan alat-alat pertanian digunakan rumus yang dikemukakan oleh (Hernanto,2002) dengan rumus:

$$D = \frac{NB - NS}{N} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

D = Biaya Penyusutan (Rp/unit/tahun)

NB = Nilai Beli (RP/unit)

NS = Nilai sisa 20% dari harga beli (Rp/unit/tahun)

N = Usia Ekonomis (Tahun)

d. Penerimaan/Pendapatan Kotor

Penerimaan/Pendapatan kotor yang diterima oleh petani pembibitan durian didapatkan dengan cara mengalikan antara harga produksi (P.y) dengan total produksi (Y) di kemukakan oleh (Mankiw, 2006) dengan rumus:

$$TR = Y.Py \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

TR = Total Penerimaan (Rp/periode produksi)

Py = Harga bibit durian (Rp/batang)

Y = Total produksi bibit durian (batang/periode produksi)

e. Pendapatan Bersih

Menghitung pendapatan bersih atau keuntungan usahatani pembibitan durian diperoleh dengan menggunakan rumus Soekartawi (2006), yaitu:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(6)$$

$$\pi = (Y.Py) - \{(X_1+X_2+X_3+X_4+ X_n)+ (Y_1+Y_2+Y_3+Y_4+Y_5+Y_6+ Y_n)\} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

π = Pendapatan bersih atau keuntungan (Rp/ periode produksi)

TR = Total penerimaan (Rp/periode produksi)

TC = Total biaya ssahatani pembibitan durian (Rp/periode produksi)

f. Efisiensi Usahatani

Tingkat efisiensi ekonomi usahatani pembibitan durian menggunakan analisis *Return Cost Ratio* (RCR) yaitu perbandingan antara jumlah penerimaan dan total biaya dihitung dengan menggunakan rumus (Soekartawi, 2003) sebagai berikut:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(8)$$

Dengan kriteria keputusan:

RCR > 1 : berarti usahatani pembibitan durian memberikan keuntungan

RCR = 1 : berarti usahatani pembibitan durian tersebut berada pada titik impas

RCR < 1 : berarti usahatani pembibitan durian dalam keadaan rugi

Pencapaian tingkat efisiensi dalam usaha sangat menentukan keberhasilan pengelolaan usahatani pembibitan durian agar mampu menghasilkan produk yang bisa bersaing di pasar dan sekaligus memberikan pendapatan bagi petani pembibitan durian terutama dalam merencanakan atau mengembangkan usaha pembibitan durian.

3.5.3. Strategi Pemasaran Bibit Durian

Strategi pemasaran bibit durian menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Pada tahap awal analisis ini mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan usahatani, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi, yaitu IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor- faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *Strength* (Kekuatan) and *Weaknesses* (Kelemahan) perusahaan dan EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor- faktor strategi eksternal tersebut dalam kerangka *Opportunities* (Peluang) and *Threats* (Ancaman) perusahaan . Dalam penelitian ini kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pemasaran bibit durian dapat dilihat pada Tabel 8 dan 9.

Tabel 8. Faktor Internal Bibit Durian

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN				
1	Usahatani menguntungkan			
2	Pengalaman cukup serta pelayanan yang ramah			
3	Bibit jenis unggulan			
4	Status kepemilikan tempat usaha milik pribadi			
5	Biaya produksi rendah			
Subtotal				
KELEMAHAN				
1	Petani berpendidikan rendah			
2	Keterbatasan teknologi			
3	Lahan yang terbatas			
4	Bibit belum memiliki label			
5	Kurangnya promosi			
Subtotal				
Total				

Tabel 9. Faktor Eksternal Bibit Durian

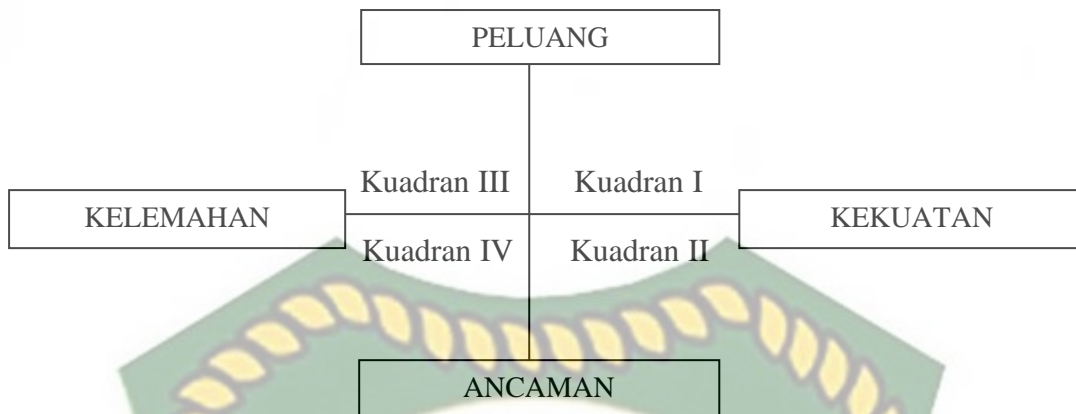
No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG				
1	Hubungan baik dengan agen bibit			
2	Akses pengangkutan			
3	Durian jenis unggul sudah cukup dikenal masyarakat			
4	Pangsa pasar yang luas			
5	Tumbuhnya daya beli masyarakat			
Subtotal				
ANCAMAN				
1	Pesaing yang bergerak pada bidang yang sama			
2	Keadaan cuaca dan hama			
3	Permintaan terhadap bibit berfluktuasi			
4	Naiknya harga input usahatani			
5	Kurangnya sosialisasi dari penyuluh pertanian			
Subtotal				
Total				

Tabel 10. Perbandingan Faktor Internal dan Eksternal Analisis SWOT

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Nilai
Internal :			
• <i>Strength (S)</i>	S1 (0,0 – 1,0)	S2 (1-4)	S1 x S2 = S3
• <i>Weakness (W)</i>	W1 (0,0 – 1,0)	W2 (1-4)	W1 x W2 = W3
Total	1,0		
Eksternal			
• <i>Opportunity (O)</i>	O1 (0,0 – 1,0)	O2 (1-4)	O1 x O2 = O3
• <i>Threats (T)</i>	T1 (0,0 – 1,0)	T2 (1-4)	T1 x T2 = T3
Total	1,0		

Keterangan :

- Bobot dari internal dan eksternal antara 0,0 sampai dengan 1,0
- Rating dari internal dan eksternal antara 1-4
- Nilai dari internal dan eksternal adalah hasil perkalian antara bobot dengan rating.



Gambar 2. Kuadran Analisis SWOT

Kuadran I : Ini yang sangat menguntungkan pemasaran peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijaksanaan pertumbuhan (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman masih memiliki kekuatan dari segi internal, strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kuadran III : Pemasaran meghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala. Fokus strategi pemasaran ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal pemasaran sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, pemasaran tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kendala internal.

Strategi yang telat didapatkan dari analisis SWOT kemudian diprioritaskan menggunakan QSPM. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) atau Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif adalah alat yang membantu menyusun strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor

internal dan eksternal. Sumber QSPM diperoleh dari alternatif strategi yang diturunkan dari matriks SWOT.

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) atau Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif adalah alat yang membantu penyusun strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal. Sumber QSPM diperoleh dari alternatif strategi yang diturunkan dari matriks SWOT.

Tabel 11. Alat Analisi QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Strategi Alternatif					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi Ke-N	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang:							
Ancaman:							
Kekuatan:							
Kelemahan:							
Total							

Sumber: David (2011)

Langkah untuk membuat matriks QSPM adalah sebagai berikut:

- a) Buat daftar dari peluang/ancaman eksternal perusahaan dan kekuatan/kelemahan internal perusahaan pada kolom paling kiri. Informasi ini harus diambil dari matriks EFAS dan matriks IFAS. Minimum 10 faktor eksternal dan internal kunci keberhasilan harus dimasukkan dalam matriks QSPM.
- b) Tentukan bobot untuk setiap faktor kunci eksternal dan internal. Bobot ini sama seperti yang ditentukan pada matriks EFAS dan IFAS. Bobot ini disajikan pada kolom disebelah kanan faktor kunci.

c) Tentukan nilai daya tarik (*attractiveness scores*) yang didefinisikan sebagai nilai numerik yang menunjukkan daya tarik relatif pada setiap strategi dalam kumpulan strategi. Nilai daya tarik harus ditentukan untuk setiap strategi yang memperlihatkan daya tarik relatif antara satu strategi dengan strategi lainnya dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Kisaran dari nilai daya tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik.

d) Menghitung total nilai daya tarik (*total attractiveness scores*). Total nilai daya tarik didefinisikan sebagai perkalian antara bobot dengan nilai daya tarik pada setiap baris. Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari setiap strategi alternatif, mempertimbangkan hanya dampak dari faktor kunci keberhasilan eksternal dan internal yang berdekatan. Total nilai daya tarik tertinggi ialah strategi alternatif yang paling menarik.

f) Menghitung jumlah dari total nilai daya tarik. Jumlahkan total nilai daya tarik pada setiap kolom strategi dari QSPM. Jumlah total nilai daya tarik menampakkan strategi mana yang paling menarik dalam setiap kumpulan strategi alternatif. Nilai tertinggi menunjukkan strategi yang paling menarik dengan mempertimbangkan semua faktor eksternal dan internal yang relevan yang berdampak pada keputusan strategi. Besarnya perbedaan antara jumlah total nilai daya tarik dalam sekumpulan strategi alternatif menunjukkan keinginan relatif dari satu strategi dengan strategi lainnya.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografis dan Topografi

4.1.1. Letak dan Batas Wilayah

Desa Balam Jaya adalah desa yang terletak di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Desa Balam Jaya merupakan salah satu desa dari 5 Desa yang ada di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Desa Balam Jaya terdapat 3 (tiga) Dusun yaitu Dusun Padang Balam, Dusun Srijaya, dan Dusun Kewuonng Indah. Desa Balam Jaya mempunyai batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sungai Pinang
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Tambang
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Pulau Permai
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Kuapan

Desa Balam Jaya terletak pada koordinat 101.238353 LS/LU dan 0.377618 BT/BB. Luas wilayah Desa Balam Jaya \pm 308,50 Ha. Ketinggian tanah dari permukaan laut adalah 15 s/d 25 Meter dengan orbitrasi jarak desa sebagai berikut:

- a. Jarak desa dengan pusat pemerintahan Kecamatan adalah \pm 9 Km
- b. Jarak desa dengan pusat pemerintahan Kabupaten adalah \pm 35 Km dapat ditempuh dengan kendaraan roda empat dan dua.
- c. Jarak desa dengan pemerintahan Provinsi aalah \pm 25 Km dan dapat ditempuh dengan kendaran roda empat dan roda dua.

4.1.2. Topografi

Desa Balam Jaya pada umumnya beriklim tropis. Desa Balam Jaya memiliki topografi berupa persawahan. Tekstur tanah pada umumnya liat berpasir

dan lempung berpasir. Suhu dan kelembapan udara ditentukan oleh rendahnya tempat tersebut. Suhu udara pada Desa Balam Jaya pada umumnya rata-rata suhu maksimum berkisar antara 31°C - 35°C , sedangkan suhu minimum berkisar antara 20°C - 21°C . Curah hujan rata-rata berkisar antara 283 mm – 380 mm per tahun dengan keadaan musim hujan berkisar pada bulan Januari sampai April dan September sampai Desember. Ketinggian berkisar antara 26 – 100 m dari permukaan laut.

4.2. Keadaan Kependudukan Desa Balam Jaya

4.2.1. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Desa Balam Jaya pada tahun 2021 berjumlah 1.340, yang terdiri dari 662 jiwa laki-laki dan 678 jiwa perempuan. Dengan luas wilayah Desa Balam Jaya \pm 308,5 Ha dan jumlah penduduknya 1.340 jiwa, menghasilkan kepadatan penduduk sebesar 435 yang artinya dalam setiap 1 km² dihuni oleh sekitar 435 penduduk.

4.2.2. Pendidikan

Pendidikan merupakan bagian terpenting yang tidak dapat dipisahkan dalam perkembangan suatu daerah. Bahkan Pendidikan juga merupakan investasi utama dalam kemajuan suatu daerah tersebut bahkan kemajuan suatu bangsa. Pentingnya pendidikan tersebut terlihat dari upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan hingga keseluruhan pelosok negeri. Tingkat pendidikan suatu daerah tergantung pada tingkat perekonomian masyarakat, sarana pendidikan dan sarana transportasi. Tingkat pendidikan penduduk Desa Balam Jaya dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Balam Jaya

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	SD	83
2	SMP	150
3	SMA	534
4	D-3/Sederajat	43
5	S-1/Sederajat	33
4	S-2/Sederajat	6
5	S-3/Sederajat	

Sumber: Kantor Desa Balam Jaya

4.2.3. Mata Pencaharian

Mata pencaharian masyarakat Desa Balam Jaya bervariasi, mulai dari petani, wiraswasta/pedagang, PNS, pegawai swasta, buruh tani dan TNI/Polri, dan lainnya. Sebagian besar masyarakat Desa Balam Jaya bermata pencaharian sebagai petani. Untuk lebih rinci mata pencaharian masyarakat Desa Balam Jaya dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Mata Pencaharian masyarakat di Desa Balam Kecamatan Tambang

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	17
2	Pegawai swasta	85
3	Buruh	54
4	Wiraswasta	154
5	Petani	168
6	Tukang Jahit	20
7	TNI/Polri	4
8	Buruh Migran	7
9	Peternak	17
10	Montir	5
11	Dosen Swasta	2
12	Karyawan Honorar	70
13	Karyawan Perusahaan Swasta	100
14	Buruh Harian Lepas	56
Jumlah		759

Sumber: Kantor Desa Balam Jaya

4.3. Sarana dan Prasarana

Suasana kehidupan yang penuh kerukunan, baik intern umat bergama sangat dibutuhkan masyarakat seperti, aman, tertib, dan tentram. Sarana tempat ibadah masyarakat Desa Balam Jaya dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini.

Tabel 14. Sarana ibadah masyarakat Desa Balam Jaya

No.	Sarana Ibadah	Jumlah
1	Masjid	2
2	Musholla	4
3	Gereja	-

Sumber: Kantor Desa Balam Jaya

Di Desa Balam Jaya juga terdapat sarana dan prasarana pendidikan, diantaranya dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini:

Tabel 15. Sarana pendidikan di Desa Balam Jaya

No.	Sarana Pendidikan	Jumlah
1	TK	1
2	SD	3
3	SMP	1
4	MTsN	1

Sumber: Kantor Desa Balam Jaya

4.4. Kondisi Pertanian Desa Balam Jaya

a. Tanaman Pangan dan Hortikultura

Tanaman pangan yang paling banyak dibudidayakan oleh petani yaitu padi sawah. Luas lahan sawah di Desa Balam Jaya yaitu 122,50 Ha. Berdasarkan survey yang telah dilakukan, tanaman hortikultura yang ditanam oleh penduduk Desa Balam Jaya tergolong sedikit. Untuk jenis sayuran yang dibudidayakan seperti kangkung, bayam, terong, tomat, dan cabai. Sayuran tersebut mereka tanam di perkarangan rumah mereka dengan jumlah yang sedikit. Sedangkan buah-buahan yang dibudidayakan yaitu pisang, mangga, rambutan, dan matoa yang

ditanam dalam jumlah sedikit di perkarangan rumah mereka. Terdapat juga beberapa kebun durian yang diusahakan oleh petani.

b. Perkebunan

Berdasarkan survey yang telah dilakukan, tanaman perkebunan yang paling banyak ditanam yaitu karet, selain karet juga terdapat kebun sawit. Akan tetapi rata-rata umur pohon karet sudah sangat tua dan sedikit hasil produksinya. Alih fungsi lahan menjadi pohon sawit juga telah dilakukan di beberapa tempat.

d. Peternakan

Hewan ternak yang dipelihara oleh masyarakat desa Balam Jaya yaitu ayam kampung, bebek, sapi, kambing dan juga kerbau. Masyarakat memelihara hewan ternaknya di kandang sederhana belakang rumah mereka/perkarangan rumah.

e. Perikanan

Beberapa masyarakat Desa Balam Jaya juga memelihara ikan di kolam dekat rumah mereka. Jenis ikan yang dipelihara yaitu patin, lele, nila dan gurami.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani dan Profil Usahatani Pembibitan Durian

Karakteristik pengusaha dan profil usaha yang diamati dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha. Sedangkan pada profil usaha yang akan diamati meliputi sejarah usaha, skala usaha, sumber modal dan penggunaan tenaga kerja.

5.1.1. Karakteristik Petani Pembibitan Durian

Petani adalah sumberdaya manusia pelaku utama dalam mengelola usahatani pembibitan durian. Keberhasilan petani dalam mengelola usahatani dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah: umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha. Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut.

a. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani. Umur dapat dijadikan tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bila mana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang tersebut dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006).

Umur petani merupakan salah satu yang dapat menentukan kemampuan petani dalam mengelola usahatannya, terutama usia produktif sehingga petani dapat memperoleh hasil atau pendapatan yang maksimal. Secara ekonomi dapat dibagi menjadi 3 klasifikasi, yaitu kelompok umur 0-14 tahun merupakan usia belum produktif, kelompok umur 15-64 tahun merupakan kelompok usia produktif dan kelompok umur diatas 65 tahun merupakan kelompok usia tidak produktif.

Kelompok umur petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Petani Pembibitan Durian Menurut Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Sampel (Jiwa)	Persentase (%)
1	36	1	8,33
2	37	1	8,33
3	41	1	8,33
4	42	3	25,00
5	44	1	8,33
6	45	3	25,00
7	47	1	8,33
3	48	1	8,33
Jumlah		12	100,00

Sumber: Data Olahan Peneliti, Agustus 2021

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, terutama terhadap pola pikir dan kemampuan fisik dalam bekerja. Semakin produktif usia seseorang bekerja, biasanya kemampuan fisik yang dimilikinya lebih kuat dan lebih bersemangat dalam bekerja. Jika dibandingkan dengan seseorang dengan kelompok umur yang sudah lanjut usia (tidak produktif).

Berdasarkan Tabel 16 diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar pada kelompok umur produktif untuk bekerja, yaitu berkisar 42-47 tahun, dengan rata-rata umur petani pembibitan durian yaitu 43 tahun (Lampiran 1). Dengan kondisi ini akan lebih mudah mengarahkan pengusaha untuk lebih maju dalam aktivitas usahanya dalam menerima inovasi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan yang dilakukan lembaga – lembaga terkait.

b. Tingkat Pendidikan

Pendidikan sangat mempengaruhi tingkat kompetensi petani dalam melakukan kegiatan pertanian, yang dimaksud dengan kompetensi adalah perwujudan perilaku dalam merencanakan kegiatan untuk mencapai target (Mayamsari dan Mujiburrahmad, 2014). Menurut Budiartiningsih *et al*, (2010) pendidikan yang rendah, selain berimplikasi pada kurang terkoordinasinya perencanaan pertanian, juga akan berpengaruh pada jenis pekerjaan lain yang dapat dilakukan oleh petani dalam upaya peningkatan pendapatan. Karakteristik petani menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Karakteristik Petani Menurut Tingkat Pendidikan

No	Lama Pendidikan (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	6	9	75,00
2	9	2	16,70
3	12	1	8,30
Jumlah		12	100,00

Data Olahan Peneliti, Agustus 2021.

Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan petani pembibitan durian terbanyak adalah 6 tahun atau setara SD dengan jumlah 9 jiwa, dan rata-rata tingkat pendidikan petani pembibitan durian yaitu 7 tahun (Lampiran 1). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang tergolong rendah. Tinggi rendahnya pendidikan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam mengelola atau menjalankan usahatani. Sehingga akan mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan usaha itu sendiri. Dalam hal ini pemerintah dan lembaga-lembaga penyuluhan terkait berperan untuk memberikan penyuluhan kepada para pengusaha agar para pengusaha dapat meningkatkan lagi kemampuannya, hal ini bertujuan agar usahatani yang dijalankan para petani dapat

berkembang lebih maju sehingga pendapatan serta kesejahteraan para petani dapat meningkat.

c. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Meningkatnya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong untuk melakukan banyak aktivitas, terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya (Hasyim, 2006). Semakin banyak anggota keluarga maka akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi (Soekartawi, 2003). Jumlah tanggungan keluarga petani pembibitan durian dapat dilihat pada Tabel 18 di bawah ini.

Tabel 18. Karakteristik Petani Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	2	3	25
2	3	6	50
3	4	3	25
Jumlah		12	100

Data Olahan Peneliti, Agustus 2021.

Berdasarkan Tabel 18 diatas menunjukkan bahwa petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar jumlah tanggungan keluarga terbanyak sebanyak 3 jiwa dengan jumlah 6 jiwa dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3 jiwa (Lampiran 1). Hal ini, menunjukkan bahwa petani harus berusaha bekerja agar dapat meningkatkan pendapatan dari hasil kerjanya, sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi.

d. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman berusahatani biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai petani). Menurut Suwita (2011) semakin lama seseorang tersebut berusahatani, maka pengalaman bekerjanya semakin tinggi sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan. Karakteristik petani menurut pengalaman berusahatani dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Karakteristik Petani Menurut Pengalaman Berusahatani di Desa Balam

No	Lama Berusahatani (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	5	1	8,30
2	6-10	3	25,00
3	11-15	5	41,70
4	15>	3	25,00
Jumlah		12	100,00

Data Olahan Peneliti, Agustus 2021.

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa pengalaman berusahatani petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar ini sudah lama dan beragam berkisar kurang dari 5 tahun sampai 15> tahun dengan rata-rata lama pengalaman berusahatani selama 13 tahun (Lampiran 1). Pengalaman berusahatani erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusahatani maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang secara langsung akan mempengaruhi produksi dan pendapatan petani tersebut.

5.1.2. Profil Usahatani Pembibitan Durian

1. Sejarah Usaha

Usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar ini sudah dimulai sejak tahun 2007. Awal mula

dusahakannya pembibitan durian di Desa Balam Jaya dikarenakan mulai berkembangnya durian monthong yang sudah berproduksi. Oleh karena itu, masyarakat setempat mulai membibitkan durian untuk dijadikan sebagai peluang usaha.

Kebanyakan petani yang mengusahakan pembibitan durian ini sudah memiliki *skill* atau kemampuan tentang okulasi dari orang tua mereka, sehingga bukan menjadi suatu masalah dalam membuat bibit durian. Kendala yang dihadapi petani adalah bagaimana mengatur keuangan usaha dan pemasaran yang tepat untuk usahatani mereka. Hal ini disebabkan karena tingkat pendidikan petani yang tergolong masih rendah. Belum adanya penyuluhan pertanian juga menjadi suatu hambatan bagi petani karena tidak adanya arahan atau informasi penting yang dapat membantu usahatani pembibitan durian.

Tujuan usahatani pembibitan durian ini adalah menciptakan keterkaitan langsung antara usahatani dan pemasaran yang dapat memaksimalkan keuntungan. Selain itu juga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan petani.

2. Skala Usaha

Usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar termasuk usaha mikro. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang, Dengan memiliki kekayaan bersih sekitar Rp.50.000.000,00. Teknologi yang digunakan juga masih sederhana dan belum adanya label pada bibit durian. Luas lahan pembibitan durian juga tergolong sempit. Berikut tabel 20 luas lahan yang dimiliki petani pembibitan durian.

Tabel 20. Luas Lahan Petani Pembibitan Durian di Desa Balam Jaya

No.	Jumlah	Luas Lahan (m ²)
1	11	2.500
2	1	4.000
Rata-rata		2.625

Data Olahan Peneliti, Agustus 2021

3. Penggunaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang sangat menentukan dalam proses produksi dan peningkatan pendapatan keluarga pada usahatani pembibitan durian. Penggunaan tenaga kerja yang tidak sesuai dengan situasi usahatani akan menyebabkan kerugian pada usahatani pembibitan durian. Petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang menggunakan tenaga kerja dari dalam keluarga karena dengan kapasitas produksi yang dijalankan dirasa masih mampu untuk dikerjakan oleh keluarga petani terdiri dari 1 orang yaitu petani itu sendiri.

5.2. Analisis Teknis Pembibitan Durian, Biaya, Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian

5.2.1. Teknis Usahatani Pembibitan Durian

Adapun Proses pengelolaan usahatani pembibitan durian di Desa Balam Jaya menurut tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

a. Persiapan Lahan

Tahapan pertama yaitu persiapan lahan. Petani membuat bedengan kecil dengan jarak kurang lebih 20 cm menggunakan cangkuk. Setelah selesai membuat bedengan petani membuat bedengan, petani menabur pupuk dolomit secara merata.

b. Pengumpulan Biji

Tahapan kedua yaitu pengumpulan biji. Petani membeli biji durian dari pengumpul biji durian seharga Rp.100/biji. Setelah itu biji dibersihkan dari sisa daging durian yang masih menempel hingga benar-benar bersih.

c. Penyemai

Biji yang telah dibersihkan lalu disemai di tempat teduh yang telah dibuat oleh petani menggunakan dinding dari terpal dan atap menggunakan pelepah kelapa. Biji yang disemai rutin disiram satu atau dua hari sekali tergantung kelembaban tanah. Biji disemai selama 45 hari.

d. Penanaman

Biji yang telah disemai selama 45 hari dan sudah tumbuh batang dan daunnya kemudian dipindahkan ke lahan yang sudah disediakan. Bibit ditanam pada bedengan dengan jarak 9 cm.

e. Okulasi

Bibit yang telah ditanam di lahan selama 14 hari sudah siap untuk di okulasi. Alat yang disiapkan petani untuk okulasi yaitu pisau, plastik kiloan yang sebelumnya sudah digunting menjadi beberapa bagian, dan entres durian unggul yang didapatkan dari pohon induk milik pekebun durian dengan harga Rp 500. Proses okulasi dimulai dari menyayat bagian bawah sebelah samping dari bibit durian, lalu menyayat entres hingga runcing kemudian memasukkan entres tersebut ke dalam sayatan batang bibit durian. Setelah itu dibungkus menggunakan plastik yang telah disediakan sebelumnya. Setelah 3 minggu plastik pembungkus sudah bisa dilepas dan entres yang telah ditempel sudah tumbuh tunas daun.

f. Perawatan

Tahap perawatan pada bibit durian yaitu penyiraman, penyiangan, penyemprotan dan pemupukan. Penyiraman dilakukan pada saat semai, penanaman awal bibit sampai bibit siap dipanen. Saat okulasi sudah berhasil penyiraman tidak terlalu sering dilakukan, penyiraman dilakukan 2 atau 3 hari sekali tergantung kondisi kelembaban tanah. Penyiangan dilakukan ketika gulma sudah tumbuh, dilakukan 2 minggu sekali. Penyemprotan fungisida dan insektisida dilakukan 2 kali yaitu setelah okulasi berhasil. Pemupukan dilakukan sekali menggunakan pupuk npk dengan dosis kurang lebih 12 gram per/bibit.

g. Pemanenan

Bibit durian sudah siap dipanen setelah 4,5 bulan setelah okulasi berhasil. Pemanenan dilakukan dengan cara mendongkel tanah lalu diikat menggunakan tali rafia.

Dari pengelolaan usahatani pembibitan durian yang dilakukan oleh petani di Desa Balam Jaya dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan dengan pengelolaan usahatani pembibitan durian menurut anjuran literatur pembibitan durian yaitu pada mulai tahap penyemaian hingga pemanenan. Akan tetapi bibit durian yang dihasilkan tetap berkualitas baik.

5.2.2. Biaya Usahatani Pembibitan Durian

Biaya usahatani pembibitan durian adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani pembibitan durian selama satu periode. Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses usahatani akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan, sekaligus penerimaan yang akan diperoleh petani.

Biaya usahatani pembibitan durian terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Adapun total biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses usahatani pembibitan durian yaitu biaya variabel dan tetap dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Rata-Rata Biaya, Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian/Unit Usahatani di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Tahun 2021.

No	Uraian	Satuan	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
A.	Biaya Variabel					
	1. Biji Durian	Buah	3.143	100	314.333	7,38
	2. Plastik Kiloan	Bungkus	5,25	6.000	31.500	0,74
	3. Entres	Buah	1.053	500	526.500	12,37
	4. Tali Rafia	Gulung	2,33	14.000	32.583	0,77
	5. NPK	Kg	16,25	5.000	81.250	1,91
	6. Dolomit	Kg	30,42	3000	91.250	2,14
	7. Insektisida	MI	51,67	400	20.667	0,49
	8. Fungisida	MI	12,96	1.920	24.880	0,58
	9. Tenaga Kerja	HOK	29,84	100.000	2.983.854	70,10
	Total biaya variabel				4.106.568	
B.	Biaya Tetap					
	1. Penyusutan alat				149.800	3,52
	Total biaya				4.256.538	100
C.	Produksi	Bibit	1.590	7.000		
D.	Pendapatan :					
	1. Pendapatan kotor				11.127.083	
	2. Pendapatan bersih				6.870.716	
E.	Efisiensi (RCR)					2,54

Data Olahan Peneliti, Agustus 2021.

Dalam tabel 21 menunjukkan biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani pembibitan durian. Adapun biaya variabel terdiri dari biji durian, plastik kiloan, entres, tali rafia, dolomit, NPK, insektisida, fungisida, dan tenaga kerja dengan total biaya variabel sebesar Rp 4.106.568. Sedangkan jumlah biaya tetap terdiri dari penyusutan alat, dengan total biaya tetap sebesar Rp 149.800 , dan

rata-rata produksi usahatani pembibitan durian per periode produksi sebesar 1.590 bibit/periode produksi dengan harga jual Rp 7.000/bibit.

5.2.3. Pendapatan Usahatani Pembibitan Durian

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomis berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan sebagai balas jasa dari penyerahan prestasi tersebut untuk mempertahankan hidupnya. Pendapatan merupakan suatu tujuan utama dari suatu perusahaan karena dengan adanya pendapatan maka operasional perusahaan kedepan berjalan dengan baik atau dengan kata lain bahwa pendapatan merupakan suatu alat untuk kelangsungan hidup perusahaan (Mubyakarto, 2003).

Dalam penelitian ini ada dua bentuk pendapatan yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu pendapatan kotor/penerimaan dan pendapatan bersih. Berdasarkan Tabel 19 rata-rata pendapatan kotor yang diterima oleh petani diperoleh dari hasil produksi bibit durian dengan rata-rata sebanyak 1.590 bibit dengan harga Rp 7.000/bibit, maka jumlah rata-rata pendapatan kotor yang diterima petani pembibitan durian sebesar Rp11.127.083 /periode produksi/unit usahatani. Sedangkan rata-rata pendapatan bersih yang diterima oleh petani pembibitan durian diperoleh dari hasil pengurangan pendapatan kotor sebesar Rp 11.127.083 /periode produksi dengan total biaya sebesar Rp4.256.538/periode produksi/unit usahatani, maka rata-rata jumlah pendapatan bersih yang diterima oleh petani pembibitan durian sebesar Rp 6.870.716/periode produksi/unit usahatani.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendriyana dan Sri Ayu Andayani (2016) Analisis Usahatani Bibit Durian (Suatu kasus di Desa Teja

Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka), rata-rata pendapatan bersih yang diperoleh petani sebesar Rp. 19.355.000. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan bersih yang diperoleh dari usahatani pembibitan durian unggul di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar lebih kecil daripada usaha pembibitan durian di Desa Teja Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka. Faktor yang mempengaruhinya adalah jumlah produksi dan skala usaha/luas lahan.

5.2.4. Efisiensi Usahatani Pembibitan Durian

Efisiensi usahatani pembibitan durian diketahui dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya produksi yang dikeluarkan pada proses produksi bibit durian. Dengan kata lain melihat rasio penerimaan atas biaya produksi yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai *Return Cost Ratio* (*RCR*) yang diperoleh pada usahatani pembibitan durian sebesar 2,54 yang berarti bahwa setiap Rp 1 biaya usahatani pembibitan durian yang dikeluarkan akan diperoleh pendapatan bersih sebesar 1,54 dengan kata lain usahatani pembibitan durian ini menguntungkan dan layak diusahakan, hal ini senada dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meri dkk (2017) Analisis Finansial Usahatani Pembibitan Buah Durian Lokal (*Durio zibethinus* L) Pada Tingkat Kelompok Tani Kecamatan Barong Toongkok Kabupaten Kutai Barat, efisiensi (*RCR*) yang diperoleh dari usaha bibit durian adalah 3,91. Maka dapat disimpulkan bahwa bahwa efisiensi (*RCR*) yang diperoleh dari usaha pembibitan durian unggul di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang lebih kecil daripada

usaha bibit durian di Desa Teja Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka. Faktor yang mempengaruhi adalah skala usaha/luas lahan.

5.3. Strategi Pemasaran Bibit Durian

Dalam memasarkan produknya, ada strategi yang digunakan dalam memasarkan bibit durian yaitu dengan menggunakan strategi analisis SWOT.

5.3.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor produk secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu perusahaan. Analisis ini digunakan bagaimana cara untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, akan tetapi dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dalam menyusun strategi pemasaran bibit durian dilakukan analisis SWOT agar dapat mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Tahapan mekanisme yang dilakukan dalam pendekatan SWOT terdiri dari 3 tahapan yaitu: 1. Tahap pengumpulan data, 2. Tahap analisis, dilakukan dengan mengidentifikasi dan menginventarisasi Faktor-faktor internal dan faktor eksternal Ada pada lingkungan Petani pembibitan durian. Kemudian melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dan menentukan keputusan strategi yang tepat untuk petani pembibitan durian.

Tahap tersebut dilakukan dengan mengidentifikasi dan menginventarisasi Faktor-faktor internal dan faktor eksternal Ada pada lingkungan Petani pembibitan durian. Kemudian melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dan menentukan keputusan strategi yang tepat untuk pembibitan durian. Adapun model analisis yang digunakan dalam perumusan strategi yang akan dijalankan adalah dengan model matriks SWOT. Model matriks faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan model matriks eksternal meliputi peluang dan

ancaman akan diolah dengan menggunakan matriks SWOT yang sudah ditentukan dan akan diketahui setiap bagiannya bobot, rating dan bobot x ratingnya yang akan ditampilkan pada tabel 22 dibawah ini sebagai berikut.

Tabel 22. Model Matriks Faktor Strategi Internal

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN				
1	Usahatani menguntungkan	0,15	2,58	0,39
2	Pengalaman petani cukup serta pelayanan yang sopan dan ramah	0,13	2,17	0,27
3	Bibit jenis unggulan	0,12	2,08	0,25
4	Status kepemilikan tempat usaha milik pribadi	0,12	2,08	0,25
5	Biaya produksi rendah	0,13	2,25	0,29
Subtotal		0,64		1,45
KELEMAHAN				
1	Petani berpendidikan rendah	0,07	1,17	0,08
2	Keterbatasan teknologi	0,08	1,42	0,12
3	Lahan yang terbatas	0,07	1,17	0,08
4	Bibit belum memiliki label	0,06	1,00	0,06
5	Kurangnya promosi	0,08	1,42	0,12
Subtotal		0,36		0,45
Total		1,00		1,90

Berdasarkan Tabel 22 dapat diketahui secara kualitatif dan kuantitatif hasil analisis SWOT pemasaran bibit durian yang dijelaskan sebagai berikut:

- Faktor internal bibit durian yang meliputi kekuatan (*strengths*) menunjukkan bahwa nilai tertinggi/paling berpengaruh adalah usahatani menguntungkan dengan nilai 0,39.
- Faktor internal bibit durian yang meliputi kelemahan (*weaknesses*) dengan nilai terendah/paling berpengaruh yaitu bibit belum memiliki label dengan nilai 0,06. Total nilai kekuatan adalah 1,45 dan kelemahan adalah 0,45 sehingga total keseluruhan dari faktor internal adalah 1,90.

Tabel 23. Model Matriks Faktor Strategi Eksternal

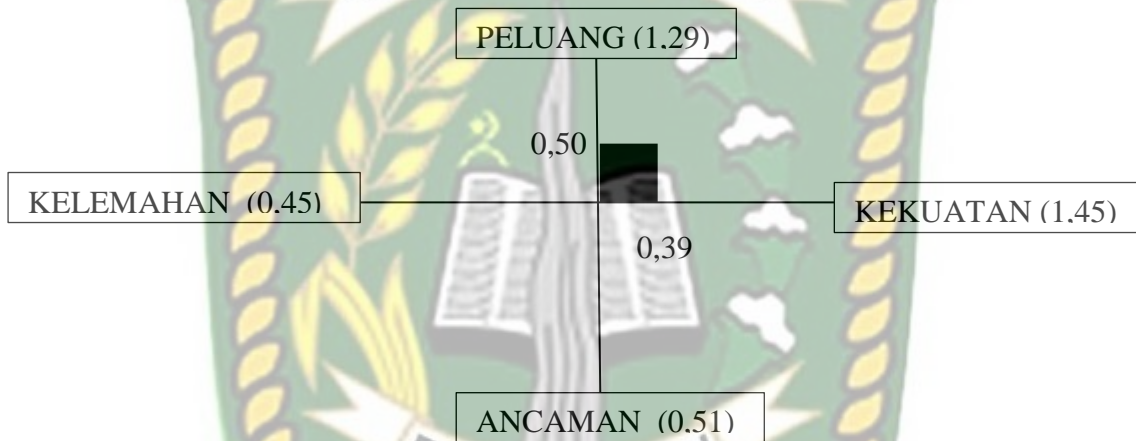
No	Faktor-Faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Eksternal				
PELUANG				
1	Hubungan baik dengan agen bibit	0,13	2,17	0,28
2	Akses pengangkutan	0,12	2,00	0,24
3	Durian jenis unggul sudah cukup dikenal masyarakat	0,11	1,92	0,22
4	Pangsa pasar yang luas	0,14	2,33	0,32
5	Tumbuhnya daya beli masyarakat	0,12	2,00	0,24
Subtotal		0,62		1,29
ANCAMAN				
1	Pesaing yang bergerak pada bidang yang sama	0,08	1,42	0,12
2	Keadaan cuaca dan hama	0,09	1,50	0,13
3	Permintaan terhadap bibit berfluktuasi	0,08	1,33	0,11
4	Naikannya harga input usahatani	0,06	1,00	0,06
5	Kurangnya sosialisasi dari penyuluh pertanian	0,07	1,25	0,09
Subtotal		0,38		0,51
Total		1,00		1,80

Berdasarkan Tabel 23 dapat diketahui secara kualitatif dan kuantitatif hasil analisis SWOT pemasaran bibit durian yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Faktor eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) menunjukkan nilai tertinggi/paling berpengaruh adalah pangsa pasar yang luas 0,32
- b. Faktor eksternal yang meliputi ancaman (*threats*) dengan nilai terendah/paling berpengaruh yaitu naiknya harga input usahatani 0,06. Total nilai peluang dan ancaman 0,51 sehingga total keseluruhan dari faktor eksternal adalah 1,80.

Selanjutnya dari tabel 21 dan 22 dapat dilihat bahwa dari faktor internal jumlah bobot nilai untuk faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan, dapat diartikan faktor kekuatan tersebut dapat dijadikan sebagai

langkah strategi dalam pemasaran bibit durian dengan mempertimbangkan faktor peluang dan ancaman sebagai pendukung keberhasilan pemasaran bibit durian. Pada faktor eksternal dapat kita lihat juga bahwa nilai pada faktor peluang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada faktor ancaman. Pada kondisi ini peluang yang baik harus dipertahankan dan meminimalisir ancaman sehingga peluang pemasaran bibit durian dapat dicapai. Maka dari itu, dari skor pembobotan diatas selanjutnya diplotkan pada gambar analisis diagram sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram analisis SWOT.

Dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka diperoleh koordinat:

$$\frac{1,45-0,45}{2} ; \frac{1,29-0,51}{2} = (0,50 ; 0,39)$$

Analisis SWOT yang didapatkan sebelumnya dapat digunakan sebagai dasar dalam penentuan strategi pemasaran bibit durian. Hasil pada matriks SWOT diperoleh koordinat (0,50 ; 0,39) yang mana koordinat tersebut terletak pada kuadran I (satu) yaitu strategi SO (*strengths* dan *opportunities*). Strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi petani pembibitan durian.

Pemasaran bibit durian memiliki kekuatan dan peluang. Yang mana dengan kekuatan yang ada pada petani dapat memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi pemasaran bibit durian dapat dilihat pada matriks SWOT pada Tabel 24 berikut.

Tabel 24. Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S). 1. Usahatani menguntungkan 2. Pengalaman cukup serta pelayanan yang ramah. 3. Bibit jenis unggulan. 4. Status kepemilikan tempat pribadi. 5. Biaya produksi rendah	Kelemahan (W) 1. Petani berpendidikan rendah. 2. Keterbatasan teknologi. 3. Lahan yang terbatas. 4. Bibit belum memiliki label. 5. Kurangnya promosi.
Faktor Eksternal		
Peluang (O) 1. Hubungan baik dengan agen bibit. 2. Akses pengangkutan. 3. Durian jenis unggul sudah cukup dikenal oleh masyarakat. 4. Pangsa pasar yang luas. 5. Tumbuhnya daya beli masyarakat.	Strategi (SO) 1. Mempertahankan dan menjaga kualitas bibit durian serta pelayanan yang baik kepada konsumen (S1,S2,S3,O1,O3). 2. Menambah lahan usaha untuk pembibitan durian, baik dengan cara membeli lahan atau dengan sewa (S1,S4,S5,O2,O4,O5).	Strategi (WO) 3. Memberikan label pada bibit durian (W4,W5,O1,O3,O4). 4. Mempromosikan bibit durian di media sosial (<i>market place</i>) serta memberikan informasi berkaitan tentang keuntungan berkebun durian (W2,W4,W5,O3,O4,O5).
Ancaman (T) 1. Pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama. 2. Keadaan cuaca dan hama. 3. Permintaan terhadap bibit berfluktuasi. 4. Naiknya harga input usahatani. 5. Kurangnya sosialisasi dari penyuluh pertanian.	Strategi (ST) 5. Memanfaatkan pengalaman serta ilmu yang telah dimiliki dalam mengatasi masalah dalam memproduksi bibit durian dan memanfaatkan teknologi serta media sosial untuk menambah ilmu (S2,T1,T2,T5).	Strategi (WT). 6. Meningkatkan hubungan baik dengan agen bibit dan memperluas pemasaran ke luar daerah. (W2,W5,T3,T4). 7. Petani belajar membuat pupuk kompos sebagai alternatif pengganti/kombinasi dengan pupuk kimia. (W1, T4).

Dari tabel diatas menunjukkan hasil analisis matriks SWOT yang menghasilkan dua belas alternatif bagi petani pembibitan durian. Alternatif-aternatif yang diperoleh sebagai berikut:

a. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi S-O yaitu, 1) Usahatani menguntungkan $RCR > 1.$, 2) Menambah lahan usaha untuk bibit durian, baik dengan cara membeli lahan atau sewa.

b. Strategi W-O (*Weaknesses-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi W-O yaitu, 1) Memberikan label pada bibit durian, 2) Mempromosikan bibit durian di media sosial (*market place*) serta memberikan informasi berkaitan tentang keuntungan berkebun durian.

c. Strategi S-T (*Strenghts-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi S-T yaitu Memanfaatkan pengalaman serta ilmu yang telah dimiliki dalam mengatasi masalah dalam memproduksi bibit durian dan memanfaatkan teknologi serta media sosial untuk menambah ilmu.

a. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi W-T yaitu 1) Meningkatkan hubungan baik dengan agen bibit dan memperluas pemasaran ke luar daerah, 2) Petani belajar membuat pupuk kompos sebagai alternatif pengganti/kombinasi dengan pupuk kimia.

5.3.2. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Setelah diperoleh beberapa alternatif strategi menggunakan matriks SWOT, maka tahap selanjutnya adalah menentukan strategi yang terbaik. Adapun alat analisis yang digunakan pada tahap pengambilan keputusan ini adalah Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*).

Matriks QSPM digunakan untuk mengevaluasi alternatif strategi secara obyektif berdasarkan informasi hasil analisis matriks IFAS, EFAS, dan SWOT.

Matriks ini akan menentukan kemenarikan relatif dari beberapa strategi alternatif yang dapat dilaksanakan oleh petani pembibitan durian di Desa Balam Jaya. Alternatif strategi yang dipilih adalah:

1. Mempertahankan dan menjaga kualitas bibit durian serta pelayanan yang baik kepada konsumen
2. Menambah lahan usaha untuk pembibitan durian, baik dengan cara membeli lahan atau dengan sewa.
3. Memberikan label pada bibit durian.
4. Mempromosikan bibit durian di media sosial (*market place*) serta memberikan informasi berkaitan tentang keuntungan berkebun durian.
5. Memanfaatkan pengalaman serta ilmu yang telah dimiliki dalam mengatasi masalah dalam memproduksi bibit durian dan memanfaatkan teknologi serta media sosial untuk menambah ilmu.
6. Meningkatkan hubungan baik dengan agen bibit dan memperluas pemasaran ke luar daerah.
7. Petani belajar untuk membuat pupuk kompos sebagai alternatif pengganti/kombinasi dengan pupuk kimia.

Alternatif strategi terpilih tersebut dimasukkan ke dalam matriks QSP yang kemudian dikalikan dengan bobot masing-masing faktor dengan nilai daya tarik (Attractiveness Score). Strategi terpilih adalah strategi dengan nilai TA terbesar. Hasil analisis matriks QSP sesuai tabel QSPM lampiran 9 menunjukkan urutan

prioritas strategi hasil analisis matriks QSP berdasarkan Total Attractiveness Scores (TAS) tertinggi sampai terendah adalah:

1. Mempertahankan dan menjaga kualitas bibit durian serta pelayanan yang baik kepada konsumen dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,582.
2. Mempromosikan bibit durian di media sosial (market place) serta memberikan informasi berkaitan tentang keuntungan berkebun durian, dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,568.
3. Memberikan label pada bibit durian dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,521.
4. Menambah lahan usaha untuk pembibitan durian, baik dengan cara membeli lahan atau dengan sewa, dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,401 .
5. Meningkatkan hubungan baik dengan agen bibit dan memperluas pemasaran ke luar daerah, dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,360 .
6. Petani belajar membuat pupuk kompos sebagai alternatif pengganti/kombinasi dengan pupuk kimia, dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,254.
7. Memanfaatkan pengalaman serta ilmu yang telah dimiliki dalam mengatasi masalah dalam memproduksi bibit durian dan memanfaatkan teknologi serta media sosial untuk menambah ilmu, dengan Total Attractiveness Scores (TAS) sebesar 5,149.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang Usahatani dan Strategi Pemasaran Bibit Durian di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik petani pembibitan durian adalah rata-rata usia petani 43 tahun, tingkat pendidikan petani rata-rata 7 tahun, jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa dan pengalaman berusahatani rata-rata 13 tahun. Bentuk usahatani perorangan dengan skala kecil, tenaga kerja berasal dari dalam keluarga.
2. Teknis usahatani pembibitan durian yang dilakukan oleh petani pembibitan durian berbeda dengan anjuran literatur pembibitan durian, akan tetapi teknis pembibitan durian yang dilakukan petani sudah cukup baik dilakukan dan dapat menghasilkan bibit durian dengan kualitas unggul. Total biaya usahatani pembibitan durian sebesar Rp 4.256.538, dengan biaya variabel sebesar Rp 4.106.568 dan biaya tetap sebesar Rp 149.800. Rata-rata produksi/unit usahatani sebesar 1.590 bibit/periode/unit usahatani. Penerimaan usahatani sebesar Rp 11.127.083 dan pendapatan bersih Rp 6.870.716. Efisiensi usahatani pembibitan durian dengan nilai RCR sebesar 2,54.
3. Strategi pemasaran usahatani pembibitan durian adalah (1) mempertahankan dan menjaga kualitas bibit durian serta pelayanan yang baik kepada konsumen, (2) Mempromosikan bibit durian di media sosial (*market place*) serta memberikan informasi berkaitan tentang keuntungan berkebun durian,

(3) Memberikan label pada bibit durian, (4) Menambah lahan usaha untuk pembibitan durian, baik dengan cara membeli lahan atau dengan sewa (5), Meningkatkan hubungan baik dengan agen bibit dan memperluas pemasaran ke luar daerah (6) Petani belajar membuat pupuk kompos sebagai alternatif pengganti/kombinasi dengan pupuk kimia , (7) Memanfaatkan pengalaman serta ilmu yang telah dimiliki dalam mengatasi masalah dalam memproduksi bibit durian dan memanfaatkan teknologi serta media sosial untuk menambah ilmu.

6.2. Saran

1. Supaya dapat menekan biaya pupuk, petani dianjurkan untuk dapat membuat pupuk kompos sendiri, baik membuat pupuk kompos dari kotoran hewan ataupun pupuk kompos dari sampah dedaunan dan buah-buahan.
2. Dalam rangka melaksanakan strategi pemasaran usahatani pembibitan durian, selain mempertahankan kualitas dari bibit durian, petani juga perlu untuk meningkatkan kualitas dari segi pemasaran yaitu membuat label bibit durian, memperluas pemasaran ke luar daerah dan melalui media sosial (*market place*) dengan menambah keterangan tentang manfaat berkebun durian dan menjaga hubungan baik dengan agen bibit.

DAFTAR PUSTAKA

- Agromedia, R., 2001. Teknik Menanam Durian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Albertus. 2020. Strategi Pemasaran Bibit Durin CV. Mulyodadi Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Fakultas Pertanian. Universitas Widyagama. Malang.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2010. Departemen Agama RI. Jakarta
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kampar. 2019. Kampar dalam Angka. Kampar.
- Boesman. 2005. Penetapan Alternatif Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Dengan Metode SWOT Pada PT. Budi Makmur Jaya Murni. IST Akprind Yogyakarta.
- Darus. 2018. Analisis Pemasaran Padi Sawah Di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 20(1): 1-10.
- David. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases* 13th ed. New Jersey (US): Prentice Hall.
- Dinas Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Riau. 2021. Produksi dan Produktivitas Buah-Buahan di Provinsi Riau. Pekanbaru. Riau.
- Febriati Meri, Abdul, KH dan Astuti, P. Analisis Finansial Usahatani Pembibitan Buah Durian Lokal (*Durio zibethinus L*) Pada Tingkat Kelompok Tani Kecamatan Barong Toongkok Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal AGRIFOR*, XVI (1): 75-82
- Gustiyan, H. 2004. Analisis Pendapatan Usahatani untuk Produk Pertanian. Salemba empat. Jakarta.
- Hadjimanolis, Anthanasios., Keith Dickson. 2000. Innovation Strategies of SMEs in Cyprus, A Small Developing Country. *International Small Business Journal*, 18 (4): 62-79.
- Hendriyana dan Sri, A.A. 2016. Analisis Usahatani Bibit Durian (Suatu kasus di Desa Teja Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 4(2):149-156.
- Herlina, Veni. 2012. Pembibitan Durian Di Kebun Benih Hortikultura Ranukitri Pendem Mojogedang Karanganyar Jawa Tengah. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Hernanto, F. 1991. Ilmu Usahatani. PT. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Indahwaty. 2009. Analisis Usahatani dan Saluran Pemasaran Pembibitan Tanaman Buah (Durian, Mangga, Rambutan) di Kelurahan Kebun Lada

- Kecamatan Binjai Utara Kabupaten Binjai. Skripsi. Departemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Kasmir dan Jakfar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi revisi. Kencana, Jakarta.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Krislianto. 2009. Analisis Mengenai Strategi Pemasaran Wisata Kampung Cendawasari, kec. Leuwiliang, kab. Bogor.
- Mukminatn, S.R. 2011. Strategi Pemasaran Durian Sanggaran (*Durio Zibethinus M.*) Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar Dengan Metode *Competitive Profile Matrix* (Cpm). Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Prodeskel Desa Balam Jaya. 2021. Kantor Desa Balam Jaya. Tambang.
- Rahardi, F, Indriyani, Y.H, Haryono dkk., 2000. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahim dan Riah R. D. H. 2007. Ekonomi Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus : Penebar Swadaya, Jakarta
- Randy, R. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rumah Durian Harum Kalimantan, Jakarta Timur. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Relawati, R, Baroh, I, Ariadi, B . 2015. Analisis SWOT Untuk Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Olahan Apel Malang Raya. Jurnal Agribisnis, 12(1):58-69.
- Rukmana, R. 2007. Teknik Memproduksi Bibit Unggul Tanaman Buah- buahan. Kanisius. Yogyakarta.
- Sa'id, E.G dan A.H Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Setiawan, A.I. 1999. Kiat Memilih Bibit Tanaman Buah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi, 1995. Analisis Usahatani. UI Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2003. Agribisnis, Teori, dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Soekartawi. 2006. Analisis Usahatani. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.
- Suhaeni Neni. 2007. Petunjuk Praktis Menanam Durian. Penerbit Jember. Bandung
- Supriyono, R. A. 2005. Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, Edisi I, Cetakan keenam, penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Suratiah, K. 2006. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suratiah, Ken. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tjiptono. 1997. Manajemen Jasa. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Umar, H. 2008. *Management In Action*. Cetakan ke lima. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Van der Vossen, H.A.M. 2005. *A Critical Analysis Of The Agronomic And Economic Sustainability Of Organic Coffee Production. Experimental Agriculture* 41.
- Vaulina, S dan H.A. Wahyudi.2018. Strategi Pengembangan Perkebunan Kelapa Dalam (*Cocos nucifera Linn*) Sebagai Komoditi Unggulan di Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 34(1):47-54.
- Wijaya, 1997. Manajemen Pemasaran. PT. Pren Halindo. Jakarta
- Wulan, Yanung Retno. 2010. Pengaruh Posisi Semai Benih Terhadap Perkecambahan Dan Pertumbuhan Bibit Durian (*Durio Zibethinus Murr*). Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Yulfita, A dan Rusdiyana, E. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Komoditas Karet di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 6(1):31-59.
- Yulias, R.R. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rumah Durian Harum Kalimalang, Jakarta Timur. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.