

**AGRIBISNIS SAYURAN ORGANIK  
PADA KELOMPOK WANITA TANI VIGUR ORGANIK  
KEDUNG KANDANG KOTA MALANG**

**Peni, Asnah dan Farah Mutiara**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tungadewi  
Korespondensi: [asnah.unitri@gmail.com](mailto:asnah.unitri@gmail.com)

---

**Abstract**

*Article history:*

Received 10 May 2022

Accepted 3 July 2022

Published 31 August 2022

---

The general problem of organic vegetable farming is the cultivation technique which must have organic principles, both in the use of inputs and cultivation techniques. In addition, the market for organic products is still limited. This study aimed to formulate the best strategy in the Vigur Organic Women's Farmer Group. The research location was determined used purposively and the sample was taken by accidental sampling. The data was analyzed by using a qualitative descriptive method using the SWOT analysis method. The results showed that the Vigur Organic Women Farmer Group was in cell IV of the IE matrix, which means that they were carrying out a growth and development strategy, while the results of the SWOT analysis were in quadrant I (growth) with a value of 2.45 in the internal position, namely strength. The priority of the alternative strategy to be developed based on the results of the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matric) analysis is to optimize and increase the volume of organic vegetable production with the highest total attractive value (TAS) of 6.44. The priority of the next alternative strategy is to maintain organic certification of 6.12, and the last alternative strategy carried out by the Vigur Organic Women's Farmer Group is to manage and increase cooperation with distributors with a TAS value of 6.00.

*Keywords:* Organic; strategy; vegetables, Women's Farmer Group.

**Pendahuluan**

Wanita memiliki peran sangat penting bagi kesejahteraan keluarga dan masa depan bangsa. Karena dari wanita terlahir generasi penerus bangsa, dan di tangan wanita dapat menentukan arah dan mutu generasi bangsa. Oleh karena itu wanita perlu diberdayakan dan diberi ruang gerak yang cukup dalam kegiatan yang terorganisir untuk memotivasi dan mendukung percepatan pencapaian kesejahteraan keluarga, masyarakat, bangsa

dan Negara. Pemberdayaan wanita dalam sebuah organisasi tidak hanya terbatas melalui Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Lebih dari itu berbagai organisasi kewanitaan telah berkembang seiring dengan peningkatan peran serta wanita dalam pembangunan. Saat ini hampir semua sector melibatkan wanita di dalamnya. Di bidang pertanian wanita juga telah menunjukkan peran pentingnya, yang ditandai dengan terbentuknya kelompok wanita tani sebagai organisasi wanita yang berperan

mendukung pembangunan di sector pertanian, salah satunya adalah Kelompok wanita tani Vigur Organik. Sesuai dengan namanya kelompok wanita tani Vigur Organik bergerak pada agribisnis sayuran organik sebagai bidang usaha utama. Terbentuknya kelompok wanita tani Vigur Organik didorong oleh kesadaran para anggotanya tentang arti pentingnya kesehatan bagi keluarga dan generasi bangsa melalui penyediaan makanan bergizi yang berasal dari sayuran organik, karena dengan konsumsi komoditas organik berarti menjaga kesehatan termasuk kesehatan tanah, tanaman, hewan dan lingkungan (IFOAM, 2008; dan Saragih, 2008).

Kebijakan pengembangan pertanian organik di Indonesia di antaranya ditandai dengan komitmen peluncuran program *go organic* 2010 (Mayrowani, 2012), dan untuk dapat memenuhi standar organik, maka dibutuhkan sertifikasi (Dzajuli, 2014), dari lembaga sertifikasi pemerintah maupun lembaga sertifikasi legal yang diakui pemerintah, untuk memberikan jaminan rasa aman bagi konsumen dan mencegah pemalsuan (Sulaeman, 2009).

Sayuran merupakan produk pertanian yang dikonsumsi dalam bentuk segar, memiliki karakteristik mudah rusak dan menghendaki penanganan segera. Produksi sayuran baik di tingkat nasional maupun daerah memiliki kecenderungan berfluktuasi, demikian juga yang terjadi di Jawa Timur selama kurun waktu tahun 2017-2018 (BPS, 2018). Jika dilihat dari kontribusi Kota Malang terhadap produksi sayuran di Jawa Timur, maka relatif kecil mengingat Kota Malang tidak secara khusus sebagai kota yang mengandalkan pertanian. Selama kurun waktu tahun 2017 kontribusi Kota Malang terhadap produksi sayuran Jawa Timur hanya 0,13 % dan meningkat menjadi 0,14% pada tahun 2018. Di sisi lain kontribusi sayuran organik terhadap sayuran secara umum lebih kecil lagi. Permasalahan umum yang dihadapi petani terkait usahatani sayuran organik adalah permasalahan teknis budidaya yang harus memegang teguh prinsip organik dalam

penggunaan input maupun teknis budidaya, serta pasar produk organik yang masih terbatas.

Rukmana (2003) dalam penelitian budidaya seledri menggunakan air limbah cucian beras untuk menyiram, dan menyimpulkan bahwa air limbah cucian beras pada bilasan ke tiga yang tidak pekat memberikan dampak paling bagus bagi pertumbuhan dan jumlah daun seledri. Priasmoro, Tyasmoro dan Barunawati (2007) menemukan bahwa penggunaan pupuk organik kotoran ayam "*Plant Grow Promoting Rhizobacteria*" (PGPR) dosis 5 t ha<sup>-1</sup> dapat meningkatkan produksi kacang buncis. Penelitian Zaevie, Napitupulu dan Astuti (2014) menemukan bahwa penggunaan pupuk NPK pelangi kombinasi dengan pupuk organik cair Nasa memberikan pengaruh nyata terhadap hasil tanaman kacang panjang. Di sisi lain pasar produk pertanian organik masih memiliki jangkauan yang terbatas, sehingga dibutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat memasuki peluang dan memiliki segmen yang luas. Penelitian Munawir (2008) pada usahatani buah naga merah, menyimpulkan bahwa strategi agresif dengan menjaga kualitas, perluasan jalur distribusi, dan perluasan lahan budidaya, mengembangkan kerja sama dan kemitraan serta mengoptimalkan sumber daya alam yang tersedia, merupakan strategiyang sesuai di lokasi penelitian. Penelitian lain yang dilakukan Hidayati (2017) pada agribisnis peternakan ayam ras di Kabupaten Probolinggo menyimpulkan bahwa strategi yang dipilih adalah peningkatan pangsa pasar untuk meraih *market leader* melalui kebijakan pemerintah daerah dan perusahaan terkait. Penelitian Suhadi, Sumarji, dan Daroini (2019) juga menyimpulkan hal yang sama bahwa strategi pengembangan agribisnis jambu gondang manis di Kabupaten Jombang berdasarkan analisis SWOT adalah strategi agresif yang memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang, antara lain sumber daya alam (agroekologi) dengan sumber daya manusia, memuliakan varietas lokal dan memadukannya dengan teknologi budidaya (kultur jaringan dan cangkok), mempertahankan kualitas jambu bol

dan dukungan sarana, prasarana dan kebijakan pemerintah.

Penelitian ini menguji kembali perumusan strategi berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dirangkum dalam analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*), pada komoditas sayuran organik yang dikelola kelompok wanita tani Vigur Organik sesuai tujuan penelitian. Strategi yang berhasil dirumuskan diharapkan dapat membantu kelompok wanita tani Vigur Organik dalam mengembangkan agribisnis sayuran organik, di samping itu juga diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan bahan referensi untuk penelitian lanjutan.

### Metode Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (Singarimbun dan Efendi, 1989), pada Kelompok Wanita Tani Vigur Organik Kecamatan Kedung Kandang Kota Malang. Sampel berjumlah 30 orang terdiri dari 20 orang konsumen sayuran organik yang ditentukan berdasarkan metode *accidental sampling*, dan 10 orang pelaku usaha sayuran organik dari kelompok wanita tani Vigur Organik, yang ditentukan secara *purposive* (Arikunto, 2002). Pengambilan data dilakukan dengan metode observasi partisipatif, di mana peneliti mengikuti kegiatan kelompok secara langsung. Bantuan instrument kuisener dalam pengambilan data digunakan agar pengambilan data lebih fokus. Data yang terkumpul kemudian ditabulasi untuk selanjutnya dianalisis dengan metode analisis diskriptif kualitatif dengan bantuan alat analisis SWOT (Rangkuti, 2006).

## Hasil dan Pembahasan

### Matrik IFAS Dan EFAS

Tahap lanjutan setelah dilakukannya indentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman adalah menginput data tersebut ke dalam sebuah matrik, sesuai dengan hasil indentifikasi dan dikelompokkan menjadi dua matrik, yaitu matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang selengkapnya disajikan pada Tabel 1. Kekuatan utama yang dimiliki oleh Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah produk telah memiliki sertifikasi organik dengan total skor 0,40 sedangkan kelemahan utama ialah struktur organisasi belum berjalan dengan baik dengan total skor 0,14. Dari perhitungan pembobotan terhadap kondisi internal Kelompok Wanita Tani Vigur Organik diperoleh skor total yaitu 3,11. Menurut David (2012), jika total skor IFE berkisar 3,0 – 4,0 menunjukkan bahwa kondisi internal suatu usaha tinggi atau kuat. Hal ini cukup baik bagi Kelompok Wanita Tani Vigur Organik dalam mengembangkan potensi usaha sayuran organik di wilayahnya.

### Analisis Matriks EFE

Peluang utama yang dimiliki oleh Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah dengan adanya dukungan pemerintah maka total skor yang ada di peluang yaitu 0,44, sedangkan ancaman utama adalah tingkat persaingan yang tinggi dengan skor sebesar 0,18. Berdasarkan perhitungan yang di dalam pembobotan terhadap kondisi eksternal Kelompok Wanita Tani Vigur Organik diperoleh skor total yaitu 2,86. Menurut David (2012) jika skor EFE berkisar 2,0 – 2,99 maka menunjukkan suatu usaha sedang menghadapi peluang dan ancaman yang ada saat ini.

Tabel 1. Analisis Matriks IFE Kelompok Wanita Tani Vigur Organik

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
1. Sudah berbadan hukum	0,09	4	0,36
2. Perencanaan komoditas yang akan di tanam	0,07	3	0,21
3. Keanekaragaman produk sayuran	0,07	4	0,28
4. Produk telah memiliki sertifikasi organik	0,10	4	0,40
5. Kontribusi modal yang di dapat dari anggota Kelompok Wanita Tani Vigur Organik	0,07	3	0,28
6. Menghasilkan benih sendiri	0,08	4	0,32
7. Produk yang berkualitas	0,09	4	0,36
8. Kepemilikan lahan masing-masing	0,06	4	0,24
Sub Total			2,45
<b>Kelemahaan</b>			
1. Struktur organisasi belum berjalan dengan baik	0,07	2	0,14
2. Belum adanya promosi yang efektif	0,05	2	0,10
3. Jangkauan pasar masih terbatas di Kota Malang	0,04	2	0,08
4. Modal yang cukup terbatas, karena modal pribadi dari keseluruhan Kelompok Wanita Tani Vigur	0,05	2	0,10
	0,06	2	0,12
5. Volume produksi yang fluktuatif			
6. Teknologi produksi yang digunakan masih sederhana	0,04	3	0,12
Sub Total			0,66
Total IFE	1		3,11

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 2. Analisis Matriks EFE Kelompok Wanita Tani Vigur Organik

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
<b>Peluang</b>			
1. Perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung <i>back to nature</i>	0,10	4	0,40
2. Tersedianya tenaga kerja masyarakat sekitar	0,08	3	0,24
3. Mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat	0,09	3	0,27
4. Perkembangan teknologi yang semakin canggih	0,09	4	0,36
5. Adanya Aliansi Organik Indonesia (AOI)	0,07	2	0,14
6. Program Nawacita 2015-29019	0,07	2	0,14
7. Adanya dukungan pemerintah	0,11	4	0,44
8. Kemampuaan untuk bersaing dengan produk pertanian lainnya	0,09	3	0,27
<b>Sub Total</b>			2,26
<b>Ancaman</b>			
1. Perubahan selera konsumen	0,07	2	0,14
2. Penguasaan teknologi di perusahaan lain	0,06	2	0,12
3. Tingkat persaingan yang tinggi	0,09	2	0,18
4. Jaringan distribusi dan pemasaran pesaing sudah lebih luas	0,08	2	0,16
<b>Sub Total</b>			<b>0,60</b>
<b>Total EFAS</b>	<b>1</b>		<b>2,86</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Tabel 3. Matrik IE Kelompok Wanita Tani Vigur Organik.

		Total Nilai IFE yang Diberi Bobot				
			Kuat	Rata-rata	Lemah	
			4,0	3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,99
Total Nilai	Tinggi	3,0-4,0	3,0	I	II	III
EFE yang	Menengah	2,0-2,99	2,0	IV	V	VI
Diberi Bobot	Rendah	1,0-1,99	1,0	VII	VIII	IX

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

### Matriks IE

Pada matriks IFE menghasilkan skor rata-rata sebesar 3,11 yang menggambarkan bahwa Kelompok Wanita Tani Vigur Organik berada pada kondisi internal yang kuat, sedangkan matriks EFE menghasilkan skor rata-rata sebesar 2,86 yang menggambarkan bahwa respon yang terjadi pada Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman tergolong sedang. Total nilai yang dibobot pada matriks IFE dan matriks EFE, selanjutnya disusun pada matriks IE. Matriks IE membantu mengetahui kedudukan suatu usaha saat ini, yang akan membantu merumuskan strategi yang sesuai dengan posisi suatu usaha yang ditunjukkan pada matrik IE, tabel 3 menunjukkan posisi dalam Kelompok Wanita Tani Vigur Organik.

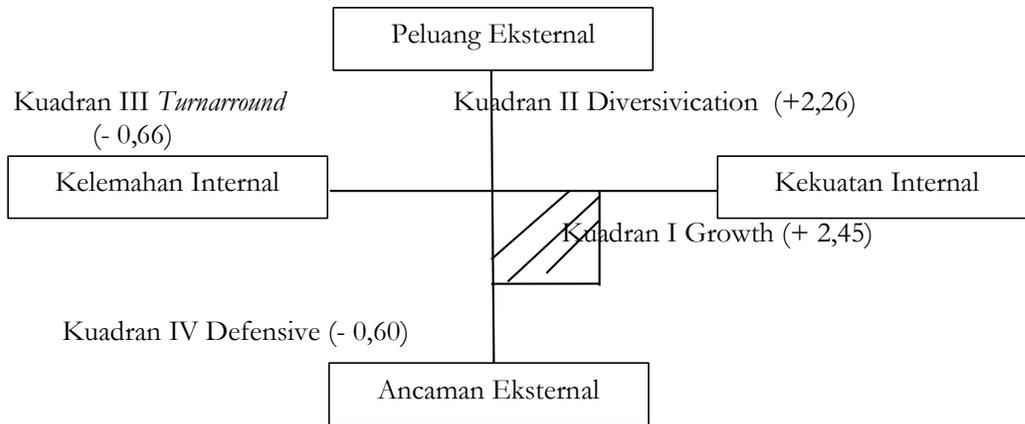
Posisi Kelompok Wanita Tani Vigur Organik berada pada sel IV, yaitu menggambarkan tumbuh dan berkembang (*growth and build*). Strategi yang dapat diterapkan pada posisi ini adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal).

Penetrasi pasar berarti menjual produk yang sudah ada pada pangsa pasar yang sama. Dengan demikian peningkatan penjualan produk di pangsa pasar lama, maka dilakukan dengan meningkatkan kegiatan pemasaran yang lebih aktif dalam melakukan kegiatan promosi, baik melalui pameran-pameran

brosur, atau menggunakan media internet. Pengembangan pasar dilakukan dengan cara pengenalan produk yang ada saat ini ke area pemasaran yang baru, sedangkan pengembangan produk melalui peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk saat ini dan mempertahankan kualitas produk.

Hasil matriks IE merupakan kondisi suatu usaha saat ini yang akan lebih memudahkan usaha dalam melakukan perbaikan. Selain itu, digunakan untuk menghadapi faktor-faktor internal dan eksternal. Strategi yang dihasilkan pada matriks IE hanya menghasilkan alternatif strategi secara umum tanpa adanya implementasi strategi yang lebih teknis pada suatu tingkat usaha.

Matriks IFE memiliki total skor sebesar 3,11 yang berarti kondisi internal usaha tinggi dan kuat, di titik rata-rata dalam menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan serta mengatasi kelemahan yang ada saat ini, sedangkan hasil matriks EFE menghasilkan skor 2,86 yang berarti bahwa kondisi eksternal perusahaan berada pada titik usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang tergolong sedang. Total nilai skor yang ada di dalam perusahaan dari masing-masing faktor kekuatan 2,45, kelemahan 0,66 sedangkan faktor-faktor yang ada di luar perusahaan meliputi peluang 2,26, ancaman 0,60. Selisih faktor kekuatan dan kelemahan adalah 1,79 sedangkan faktor peluang dan ancaman memiliki selisih 1,66. Selengkapannya disajikan dalam gambar 1.



Gambar 1. Diagram IE Kelompok Wanita Tani Vigur Organik.

Tabel 4. Analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*)

Faktor Internal (IFE)	STRENGHTS-S	WEAKNESS-W
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sudah berbadan hukum</li> <li>Perencanaan komoditas yang akan ditanam</li> <li>Keanekaragaman produks sayuran</li> <li>Produk telah memiliki sertifikasi organik</li> <li>Kontribusi modal yang di dapat dari anggota Kelompok Wanita Tani Vigur Organik</li> <li>Menghasilkan benih sendiri</li> <li>Produk yang berkualitas</li> <li>Kepemilikan lahan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Struktur organisasi belum berjalan dengan baik.</li> <li>Belum adanya promosi yang efektif</li> <li>Jangkauan pasar masih terbatas di Kota Malang.</li> <li>Modal yang cukup terbatas, karena modal pribadi dari keseluruhan anggota Kelompok Wanita Tani Vigur Organik</li> <li>Volume produk yang fluktuatif</li> <li>Teknologi produksi yang digunakan masih sederhana</li> </ol>
Faktor Eksternal (EFE)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
OPPORTUNITIES-O	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memperluas pasar untuk meningkatkan penjualan (S<sub>1</sub>, S<sub>3</sub>, S<sub>4</sub>, S<sub>6</sub>, S<sub>7</sub>, O<sub>1</sub>, O<sub>2</sub>, O<sub>4</sub>, O<sub>5</sub>, O<sub>6</sub>, O<sub>7</sub>, O<sub>8</sub>)</li> <li>Mempertahankan keanekaragaman produk dan kualitas sayuran organik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi (S<sub>3</sub>, S<sub>7</sub>, O<sub>4</sub>)</li> <li>Mempertahankan dukungan dari pemerintah yang telah memiliki sertifikasi SNI (S<sub>4</sub>, S<sub>7</sub>, O<sub>5</sub>, O<sub>6</sub>, O<sub>7</sub>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengoptimalkan dan meningkatkan volume produksi sayuran organik (W<sub>1</sub>, W<sub>2</sub>, W<sub>3</sub>, W<sub>4</sub>, W<sub>5</sub>, W<sub>6</sub>, O<sub>7</sub>, O<sub>8</sub>)</li> <li>Memperbaiki struktur organisasi (W<sub>1</sub>, W<sub>5</sub>, O<sub>2</sub>, O<sub>3</sub>)</li> <li>Meningkatkan modal dengan memanfaatkan dukungan pemerintah dan lembaga keuangan lainnya (W<sub>2</sub>, W<sub>4</sub>, W<sub>5</sub>, O<sub>6</sub>, O<sub>7</sub>)</li> </ol>
TREATS-T	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<ol style="list-style-type: none"> <li>Perubahan selera konsumen</li> <li>Penguasaan teknologi di perusahaan lain yang semakin berkembang</li> <li>Tingkat persaingan yang tinggi</li> <li>Jaringan distribusi dan pemasaran pesaing sudah lebih luas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mempertahankan dan meningkatkan kerjasama (S<sub>1</sub>, S<sub>3</sub>, S<sub>4</sub>, S<sub>6</sub>, S<sub>7</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>, T<sub>4</sub>)</li> <li>Mempertahankan sertifikasi organik (S<sub>1</sub>, S<sub>4</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>3</sub>, T<sub>4</sub>)</li> <li>Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk (S<sub>1</sub>, S<sub>2</sub>, S<sub>3</sub>, S<sub>4</sub>, S<sub>6</sub>, S<sub>7</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>, T<sub>4</sub>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan diversifikasi terhadap produk yang tidak terjual atau tidak layak terjual (W<sub>4</sub>, W<sub>6</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>)</li> <li>Mengoptimalkan teknologi pada saat produksi (W<sub>6</sub>, T<sub>2</sub>)</li> </ol>

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

### Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*)

Strategi S-O merupakan strategi yang berusaha untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh suatu usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada.

#### a. Memperluas pasar untuk meningkatkan penjualan

Strategi yang ditempuh adalah mencari dan meningkatkan kerjasama dengan agen-agen atau distributor baru yang menjangkau lokasi strategis, dan dapat menjangkau segmen pasar perumahan atau pemukiman yang bisa bekerjasama dengan Kelompok Wanita Tani Vigur Organik agar dapat lebih dikenal di berbagai wilayah pemasaran. Strategi ini didukung dengan adanya kekuatan Kelompok Wanita Tani Vigur Organik yang sudah berbadan hukum, produk yang kualitas, produk yang telah memiliki sertifikasi organik, keanekaragaman produk sayuran organik dan menghasilkan benih sendiri. Selain itu juga didukung oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung *back to nature*, tersedianya tenaga kerja masyarakat sekitar, perkembangan teknologi yang semakin canggih, adanya Aliansi Organik Indonesia (AOI), program Nawacita 2015-2019, adanya dukungan pemerintah dan kemampuan untuk bersaing dengan produk pertanian lainnya.

#### b. Memanfaatkan perkembangan teknologi

Strategi ini dilakukan dengan cara mempertahankan produk yang berkualitas dan terhindar dari bahan- bahan kimia maupun pestisida. Sehingga di Kelompok Wanita Tani Vigur Organik menghasilkan produk yang beraneka ragam jenis sayuran organik. Hal ini dapat menarik konsumen agar tidak membeli sayuran organik di perusahaan organik yang lain. Strategi tersebut diperkuat dengan adanya kekuatan Kelompok Wanita Tani Vigur Organik berupa keanekaragaman produk sayuran, produk telah memiliki serifikasi yang dikeluarkan oleh Lesos dari dinas pertanian.

#### c. Mempertahankan dukungan dari pemerintah

Strategi ini adalah untuk merubah gaya

hidup masyarakat agar cenderung memilih sayuran organik daripada sayuran non organik agar masyarakat sadar pentingnya sayuran organik bagi kesehatan. Dengan adanya dukungan dari pemerintah akan lebih baik dari sebelumnya.

### Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O merupakan strategi untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

#### a. Meningkatkan volume produksi sayuran organik

Volume produksi yang fluktuatif merupakan suatu kelemahan yang menyebabkan pemenuhan kebutuhan konsumen oleh Kelompok Wanita Tani Vigur Organik kurang maksimal. Maka dibutuhkan usaha peningkatan serta pengoptimalan produksi sayuran organik dengan cara pemanfaatan lahan secara efektif dan efisien. Selain itu, diperlukan perencanaan tanam yang lebih teliti dalam penyediaan sarana produksi dari proses produksi hingga pasca panen, sehingga harapan untuk meningkatkan volume produksi dapat tercapai. Kondisi yang dialami Kelompok Wanita Tani Vigur Organik juga dapat diatasi dengan memfokuskan diri dalam mengembangkan komoditas sayuran yang permintaannya cukup stabil bahkan meningkat di pasar.

Peningkatan Volume produksi harus dilakukan karena kelemahan perusahaan yaitu volume produksi fluktuatif, belum adanya promosi yang efektif dalam Kelompok Wanita Tani Vigur Organik, jangkauan pasar dari perusahaan masih terbatas di Kota Malang, struktur organisasi belum berjalan dengan baik, masih mempunyai modal yang cukup terbatas dan teknologi yang digunakan masih tradisional. Sehingga mendapatkan peluang yang ada di perusahaan untuk melakukan strategi dalam perubahan gaya hidup masyarakat yang ada di sekitar lingkungan usaha yang cenderung *back to nature*,

mendapatkan tenaga kerja masyarakat setempat, bisa meningkatkan keakraban masyarakat, perkembangan teknologi yang semakin canggih, adanya Aliansi Organik Indonesia (AOI), program Nawacita 2015-2019, dukungan pemerintah, dan mampu untuk bersaing dengan produk pertanian lainnya.

b. Memperbaiki struktur organisasi

Struktur organisasi yang menempatkan sumberdaya manusia yang tepat pada posisi yang sesuai, sehingga setiap bagian memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan wewenang.

c. Meningkatkan modal dengan memanfaatkan dukungan pemerintah dan lembaga keuangan lainnya.

Dalam memperbaiki kelemahan yang ada di Kelompok Wanita Tani Vigur Organik, terhadap keterbatasan modal, maka dapat memanfaatkan peluang yang ada, dengan dukungan pemerintah dalam meminjam modal, sehingga perusahaan bisa mengembangkan usahanya untuk meningkatkan produktivitas serta mengembangkan produk baru.

**Strategi S-T (*Strengths-Threats*)**

Strategi S-T adalah strategi menggunakan kekuatan serta menghindari ancaman dalam penelitian ini meliputi :

a. Mempertahankan dan meningkatkan kerjasama distributor

Perubahan selera konsumen, inovasi-inovasi yang masih belum memadai, tingkat persaingan yang tinggi, atau jaringan distribusi dan pemasaran pesaing sudah lebih luas merupakan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan juga memiliki kekuatan yang dapat dimaksimalkan keberadaannya untuk menghadapi ancaman. Kekuatan Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah sudah berbadan hukum, memiliki cukup keanekaragaman produk sayuran organik, telah memiliki sertifikasi organik, kontribusi

modal yang didapat dari anggota kelompok, menghasilkan benih sendiri dan produk yang berkualitas.

b. Mempertahankan sertifikasi organik

Ketatnya persaingan usaha yang ada di bidang usaha sayuran organik mengharuskan Kelompok Wanita Tani Vigur Organik memiliki karakteristik khusus dan kelebihan kompetitif dalam menjamin mutu produknya. Salah satu upaya penjaminan mutu dalam produk sayuran organik adalah dengan adanya sertifikasi organik.

c. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk

Konsumen sayuran organik di Kelompok Wanita Tani Vigur Organik cukup loyal dalam melakukan pembelian produk. Peluang tersebut perlu digunakan sebaik mungkin oleh produsen dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dilakukan dengan memenuhi standar produk organik yang sudah ditetapkan, agar sesuai dengan standar produk organik yang telah disertifikasi mulai penggunaan input hingga plastik untuk pengemasan. Hal ini perlu untuk menjaga tingkat kepercayaan konsumen akan produk yang ditawarkan. Dalam penelitian iniseleruh responden konsumen menghendaki agar kualitas sayuran organik tetap terjaga secara konsisten.

**Strategi W-T (*Weakness-Threats*)**

Strategi W-T adalah strategi meminimalkan kelemahan dengan cara menghindari ancaman, dan dijabarkan sebagai berikut :

a. Melakukan diversifikasi terhadap produk yang kurang laku dalam penjualan.

Kelemahan yang ada di Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah keterbatasan modal serta ancaman yang dihadapi seperti perubahan selera konsumen, Penguasaan teknologi di perusahaan lain yang semakin berkembang, serta tingkat persaingan

yang kuat, sehingga harus dilakukan strategi bertahan dalam industri pangan organik. Alternatif strategi yang menjadi pilihan adalah melakukan diversifikasi produk yang kurang laku dalam penjualan, dengan cara mengolah menjadi produk turunan (olahan) yang bermanfaat dan bernilai tinggi, antara lain keripik.

b. Mengoptimalkan teknologi produksi untuk menghindari penguasaan teknologi di perusahaan lain yang sudah berkembang

Teknologi yang masih sederhana atau tradisional harus dioptimalkan. Kelemahan yang ada di Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah volume produksi yang fluktuatif dan teknologi digunakan masih sederhana dan tradisional.

### **Tahap Keputusan (*The Decision Stage*)**

Pengambilan keputusan untuk memilih strategi adalah tahapan ketiga dari proses manajemen strategi, tahap yang dilakukan dalam memilih strategi ada beberapa alternatif strategi yang diperoleh dari matriks IE dan matriks SWOT. Alat analisis yang digunakan dalam tahap keputusan strategi yaitu QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dan biasa disebut QSP. Matriks QSP digunakan untuk mengevaluasi pilihan strategi alternatif secara obyektif atau didesain untuk menentukan daya tarik relatif atau alternatif tindakan yang layak berdasarkan hasil analisis pada tahap pertama (*The Input Stage*) dan kedua (*The Matching Stage*) adalah matriks IFE dan EFE, IE, dan SWOT. Matriks QSP tersebut digunakan sebagai rekomendasi strategi yang harus dijalankan bagi keberlangsungan suatu usaha pada masa yang akan datang.

Strategi yang dipilih adalah yang memiliki total nilai daya tarik TAS (*Total Attractive Score*) terbesar yang merupakan strategi yang paling sesuai untuk diimplementasikan dalam rangka pengembangan atau perluasan pasar. Semakin tinggi nilai TAS menunjukkan strategi yang

semakin menarik dengan mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi keputusan strategi tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka strategi terbaik yang dapat dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah mengoptimalkan dan meningkatkan volume produksi sayuran organik dengan total nilai atraktif (TAS) tertinggi sebesar 6,44, diikuti oleh strategi mempertahankan sertifikasi organik dengan nilai TAS sebesar 6,12, serta dilanjutkan dengan strategi mempertahankan dan meningkatkan kerjasama dengan distributor dengan nilai TAS sebesar 6,00.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan Analisis yang dilakukan telah menempatkan Kelompok Wanita Tani (KWT) Vigur Organik pada sel IV matrik IE atau perusahaan sedang melakukan strategi tumbuh dan berkembang (*Growth and Build*), sedangkan dari hasil analisis SWOT berada pada kuadran I (*growth*) dengan nilai 2,45 pada posisi internal yaitu kekuatan. Prioritas strategi alternatif yang tepat untuk dikembangkan berdasarkan hasil analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah mengoptimalkan dan meningkatkan volume produksi sayuran organik dengan total nilai atraktif (TAS) tertinggi sebesar 6,44. Prioritas alternatif strategi berikutnya adalah mempertahankan sertifikasi organik sebesar 6,12, dan prioritas strategi alternatif terakhir yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Vigur Organik adalah mempertahankan dan meningkatkan kerjasama dengan distributor dengan nilai TAS sebesar 6,00.

### **Ucapan Terimakasih**

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam terlaksananya penelitian.

### Daftar Pustaka

- Ariesusanty L, Nuryanti S, Wangsa R. 2010. Statistik Pertanian Organik Indonesia. Bogor (ID): AOI.
- Asiah A. 2006. Pengaruh kombinasi pupuk organic terhadap pertumbuhan dan produksi kedelai (*Glycine max* (L.) Merr) panen muda dengan budidaya organic [skripsi]. Program Studi Agronomi, Fakultas Pertanian. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik. 2010. Jawa Timur Dalam Angka 2012. Malang
- Departemen Pertanian. 2002. Sertifikat Bertahap Menuju Pertanian Organik. Info Mutu. Buletin Standardisasi dan Akreditasi Departemen Pertanian. Edisi September 2002.
- Ditjen P2HP. 2006. Pertanian Organik Indonesia Semakin Maju Seiring Sadarnya Pola Hidup Sehat. Makalah pada Munas Asosiasi Produsen Organik Indonesia (APOI) tanggal 29 September 2006. di Jakarta.
- Djazuli, M. 2014. Manfaat dan proses sertifikasi pertanian organik. [diunduh pada 17 April 2016]. Tersedia pada: <http://www.balittro.litbang.pertanian.go.id>
- Dangour AD, Dodhia SK, Hayter A, Allen E, Lock K, Uauy R. 2009. Nutritional quality of organic foods: a systematic review. *Am J Clin Nutr* 90:680–685.
- IFOAM. 2008. The World of Organic Agriculture - Statistics & Emerging Trends 2008. [http://www.soel.de/fachtheraaii/downloads/s\\_74\\_1O.pdf](http://www.soel.de/fachtheraaii/downloads/s_74_1O.pdf).
- Hartatik W, Widowati LR. 2006. Pupuk kandang. In Simanungkalit et al. (ed). Pupuk Organik dan Pupuk Hayati. p.59–82. Balai Besar Litbang Sumberdaya Lahan Pertanian.
- Mayrowani, H., Supriyati, T. Sugino. 2010. Analisa Usahatani Padi Organik di Kabupaten Sragen. Laporan Penelitian. JIRCAS.
- Soekartawi, 1996. Pembangunan Pertanian, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wijayanti, Retno. 2009. Strategi Pengembangan Sayuran Organik (Studi Kasus Kelompok Tani Putera Alam Desa Sukagalih, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor). Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Widowati LR, Widati S, Jaenudi U, Hartatik W . 2005. Pengaruh kompos pupuk organik yang diperkaya dengan bahan mineral dan pupuk hayati terhadap sifat-sifat tanah, serapan hara dan produksi sayuran organic. Laporan Proyek Penelitian Program Pengembangan Agribisnis, Balai Penelitian Tanah, TA 2005.