

## STRATEGI VALUE CHAIN MANAJEMEN PRODUK BERAS DAN BAWANG MERAH SEBAGAI PRODUK PERTANIAN STRATEGIS DI JAWA TIMUR

Mushonnifun Faiz Sugihartanto\*, Destisa Zahra Nursiva, Amelinda Meta Vania,  
Daffa Arsy Mazaya Imany Cinta Sevira

Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember,  
Email korespondensi: mushonnifun@its.ac.id

**Abstrak:** Pada peraturan Menteri Perdagangan Nomor 46 Tahun 2020, pemerintah memiliki rencana strategis dalam lima tahun kedepan dari tahun 2020 sampai 2024, yang bertujuan untuk mendorong diversifikasi produk ekspor. Hal ini selaras dengan target Provinsi Jawa Timur, yaitu meningkatkan sektor pertaniannya. Survei Pola Distribusi pada masyarakat Jawa Timur mengungkapkan bahwa beras, bawang merah, ayam ras, dan cabai merah merupakan komoditas yang berperan besar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan pembentukan inflasi, serta memiliki dampak yang besar terhadap kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukannya perumusan strategi untuk mendorong produk tersebut menjadi lebih bernilai dan memiliki keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan perekonomian di Provinsi Jawa Timur. Pada penelitian ini, digunakan *metode Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)* dan *External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)*, dengan objek penelitian berfokus pada komoditas beras dan bawang merah di Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat pada komoditas beras adalah dengan menjual langsung dari petani ke konsumen akhir. Sementara itu, strategi untuk komoditas bawang merah, yaitu dengan melakukan kerja sama antar tani untuk membeli lahan dan melakukan penjualan langsung dari petani ke konsumen akhir.

**Kata kunci:** beras, bawang merah, strategi *value chain*

**Abstract:** According to Minister of Trade Regulation Number 46 of 2020, the government has a strategic plan for the next five years from 2020 to 2024, aimed at promoting export product diversification. One of the sectors that can be developed is the agricultural sector. This aligns with the target of East Java Province to enhance its agricultural sector. A Survey on Distribution Patterns among the people of East Java revealed that rice, shallots, broiler chickens, and red chili peppers play a significant role in the formation of Gross Domestic Product (GDP) and inflation, as well as having a significant impact on the needs of the community. Therefore, it is necessary to formulate strategies to enhance the value and competitive advantage of these products, thereby boosting the economy in East Java Province. This study utilizes the *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)* and *External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)* methods, focusing on the commodities of rice and shallots in East Java. The research findings indicate that the appropriate strategy for rice is to sell directly from farmers to end consumers. Meanwhile, the strategy for shallots involves fostering collaboration among farmers to acquire land and engaging in direct sales from farmers to end consumers.

**Keywords:** rice, shallots, value chain strategies

### PENDAHULUAN

Pada peraturan Menteri Perdagangan Nomor 46 Tahun 2020, pemerintah memiliki rencana strategis dalam lima tahun kedepan dari tahun 2020 sampai 2024, yang bertujuan untuk mendorong diversifikasi produk ekspor. Strategi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kontribusi ekspor komoditas di luar sepuluh produk utama, khususnya produk yang memiliki nilai tambah, serta meningkatkan peran Indonesia terhadap jaringan produksi global dan juga rantai nilai global atau *global value chains (GVCs)*. Dalam bisnis, *value chain* dipandang sebagai rangkaian kegiatan yang dapat

mengubah input menjadi output bernilai bagi para konsumen (Pearce dan Robinson, 2016). Adapun tujuan utama menerapkan *value chain* adalah agar keuntungan dapat meningkat, biaya produksi berkurang, serta nilai ataupun pemanfaatan produk yang akan diproduksi menjadi meningkat.

Pada acara *Focus Group Discussion* yang diadakan oleh Kementerian Perdagangan tahun 2021 dengan judul “Reliable Global Value Chains for Building Back Better”, didapati hasil bahwa pendekatan sektoral perlu digunakan sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi dalam *value chain* global. Sektor pertanian adalah salah satu sektor yang dapat mendorong peningkatan tersebut. Telah diketahui bahwa Provinsi Jawa Timur menjadi salah satu daerah yang menargetkan peningkatan sektor pertanian, khususnya melalui skema agrobisnis. Hal ini digambarkan dalam visi jangka panjang Provinsi Jawa Timur yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) pada periode 2005-2025, yakni “Pusat Agrobisnis Terkemuka, Berdaya Saing Global dan Berkelanjutan Menuju Jawa Timur Makmur dan Berakhlak”

Disisi lain, misi RPJMD Jawa Timur periode 2019-2024 adalah meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi yang didukung konektivitas antar wilayah dengan sasaran yaitu meningkatnya nilai tambah produksi industri pengolahan, meningkatnya nilai tambah penyelenggaraan perdagangan, dan meningkatnya nilai tambah produksi pertanian, kehutanan, dan perikanan. Dari ketiga sasaran tersebut, terlihat bahwa Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Timur memiliki misi untuk meningkatkan produksi sektor pertanian yang sangat berhubungan dengan industri pengolahan dan perdagangan. Agrobisnis memiliki pengertian sebagai kegiatan kompleks yang melibatkan industri pertanian, pemasaran hasil pertanian dan produk olahan, manufaktur, serta distribusi bahan pangan kepada konsumen. Oleh karena itu, untuk mencapai visi Jawa Timur sebagai Pusat Agrobisnis terkemuka pada tahun 2025, dibutuhkan analisis rantai nilai produk pertanian, khususnya produk pertanian strategis di Jawa Timur. Apabila terdapat aktivitas atau rantai yang dinilai kurang memadai dalam analisis tersebut perihal meningkatkan nilai produk, maka diperlukannya strategi yang dapat mendorong agar produk tersebut memiliki nilai tambah dan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Dengan demikian, perekonomian Provinsi Jawa Timur akan mengalami peningkatan.

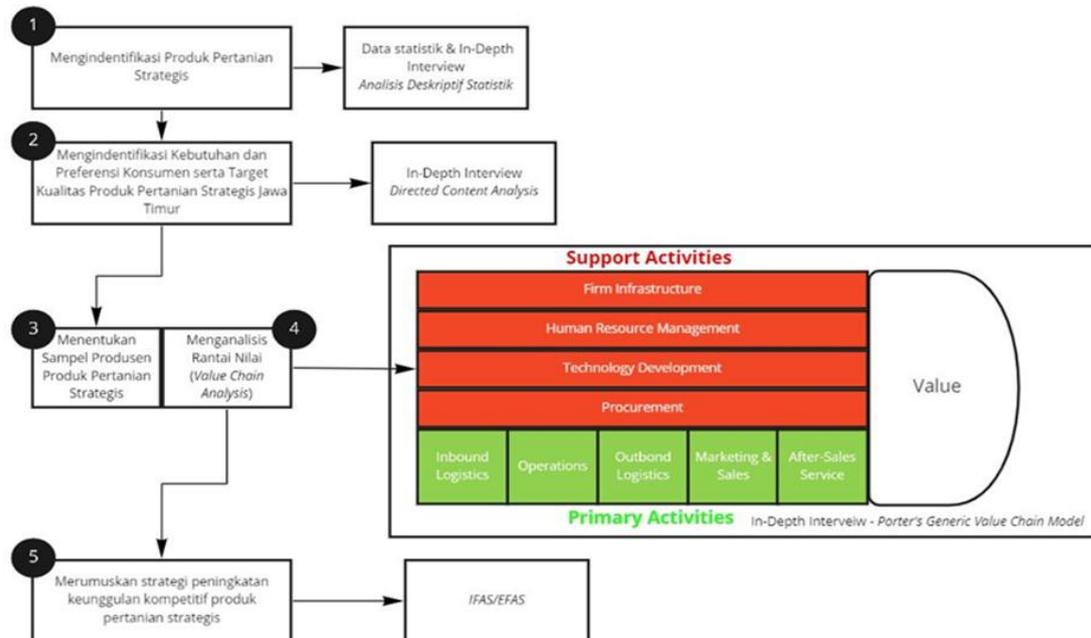
## **METODE PENELITIAN**

### **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan studi literatur dan studi lapangan. Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka yang relevan dengan penelitian, baik dari buku teks maupun dari penelitian terdahulu. Sementara itu, studi lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui observasi dan juga wawancara dengan informan dari berbagai pihak yang terlibat.

## Alur Penelitian

Di bawah ini merupakan alur dari penelitian ini:



Berdasarkan bagan tersebut, terdapat 5 tahapan dalam menghasilkan strategi *value chain* manajemen produk beras dan juga bawang merah, yaitu:

1. Mengidentifikasi produk pertanian strategis Jawa Timur  
Identifikasi produk pertanian strategis dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan analisis deskriptif statistik. Adapun pengertian dari wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan sepihak yang dikerjakan dengan sistematis berlandaskan pada penyelidikan, dan umumnya dilakukan oleh dua orang atau lebih yang hadir secara fisik dalam proses tersebut (Hadi, 1989). Sementara itu, analisis deskriptif statistik digunakan untuk menjelaskan dan memberi gambaran mengenai objek penelitian melalui data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis, dan membuat kesimpulan untuk umum (Sugiyono, 2009).
2. Mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen serta target kualitas produk pertanian strategis Jawa Timur  
Identifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen dibutuhkan untuk melihat dari sudut pandang konsumen terhadap produk pertanian yang diharapkan dan dibutuhkan. Pada tahap ini, digunakan metode berupa *in-depth interview* dan *directed content analysis*.
3. Menentukan sampel produsen produk pertanian strategis Provinsi Jawa Timur  
Tahapan ini bertujuan untuk memudahkan proses dalam mengumpulkan data dan informasi yang akan digunakan pada tahapan selanjutnya.
4. Menganalisis rantai nilai produk pertanian strategis Provinsi Jawa Timur  
Analisis rantai nilai adalah alat analisis strategis yang bertujuan untuk memahami secara lebih rinci keunggulan kompetitif, memahami korelasi perusahaan dengan pemasok, pelanggan, serta perusahaan lain dalam industri, dan untuk mengidentifikasi *value* pelanggan yang dapat ditingkatkan atau diturunkan biayanya (Porter, 1985). Pada penelitian ini, analisis rantai nilai digunakan untuk mengetahui informasi tentang rantai nilai dari tahap awal aktivitas bertani, menjadi produk pertanian, hingga sampai di tangan konsumen, sehingga peranan dari setiap aktivitas dapat diketahui.
5. Merumuskan strategi peningkatan keunggulan kompetitif produk pertanian strategis di Jawa Timur  
Pada tahapan perumusan strategi peningkatan keunggulan kompetitif dari produk pertanian, digunakan metode IFAS/EFAS. IFAS atau *Internal Strategic Factors Analysis Summary* adalah

faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang didapat dari analisis kondisi internal. Sedangkan, EFAS atau *External Strategic Factors Analysis Summary* adalah analisis faktor peluang dan faktor ancaman yang didapat dari analisis kondisi eksternal. Kemudian, masing-masing dari faktor internal dan faktor eksternal dihitung bobot, rating, dan juga skornya. Perhitungan bobot didapat berdasarkan penilaian tingkat kepentingan faktor tersebut. Perhitungan rating didapat berdasarkan pada penilaian tingkat pengaruh dari masing-masing faktor. Lalu, skala likert dihitung dengan menggunakan penilaian bobot dan rating. Hasil dari perhitungan ini akan diproyeksikan dalam bentuk matriks IFAS dan EFAS sehingga akan memperoleh urutan kinerja yang dapat dijadikan dasar sebagai penyusunan strategi prioritas.

$$\text{Bobot} = \frac{\sum \text{penilaian masing - masing faktor}}{\sum \text{penilaian seluruh faktor}}$$

$$\text{Rating} = \frac{\sum \text{penilaian masing - masing faktor}}{\sum \text{sampel}}$$

$$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari kementerian Pertanian menyatakan bahwa ada dua belas komoditas pangan pokok strategis yaitu, beras, jagung, kedelai, bawang merah, bawang putih, cabai besar, cabai rawit, daging sapi/kerbau, daging ayam ras, telur ayam ras, gula pasir dan minyak goreng. Disisi lain, pada tahun 2020 BPS Jawa Timur telah melakukan survei Pola Distribusi. Komoditas yang dicakup pada survei tersebut didasarkan pada kriteria antara lain, komoditas yang paling banyak dikonsumsi masyarakat, komoditas yang cukup berperan dalam pembentukan inflasi, komoditas yang mempunyai kontribusi cukup besar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), dan komoditas yang memiliki dampak cukup besar terhadap kebutuhan masyarakat. Berdasarkan pada kriteria tersebut diperoleh bahwa beras dan bawang merah termasuk ke dalam kriteria yang dibutuhkan.

### Analisis Value Chain Produk Beras

Dari penelitian yang telah dilakukan, *core value process* produksi beras dibagi menjadi dua bagian, yakni pada saat produksi padi dan pada saat produksi beras. Di bawah ini adalah tahapan yang perlu dilakukan dalam usaha produksi padi (Susmawati, 2018), yaitu:

#### 1. Pembenihan

Dalam tahap ini, benih melalui proses seleksi awal dimana benih akan direndam dengan air garam. Proses ini bertujuan untuk mengetahui kualitas benih yang baik dan benih yang buruk. Benih yang buruk akan mengapung dan kemudian dibuang. Selanjutnya, benih direndam dengan air bersih selama 24 jam dengan pergantian air setiap 12 jam. Setelah itu, benih disimpan dalam karung dengan sedikit air yang disemprotkan ke dalam karung. Benih kemudian diperam selama 24 jam kembali, dan pada tahap ini benih siap untuk ditanam.

#### 2. Penyemaian

Penyemaian dilakukan di lahan yang memiliki tanah subur, tidak terpapar langsung sinar matahari, tidak jauh dari sumber air, dan mudah diawasi. Penyemaian dilakukan sekitar 20-30 hari sebelum penanaman di lahan utama.

#### 3. Persiapan dan pengolahan lahan

Dalam tahap ini, lahan harus dibersihkan dari gulma ataupun tanaman liar sejenisnya. Kemudian, tanah dibajak untuk mendapatkan struktur tanah yang diinginkan, serta perbaikan galangan sawah agar air dapat tertampung dengan baik.

#### 4. Penanaman

Bibit yang telah disemai dan berumur 21-33 hari dapat dipindahkan ke lahan persawahan. Dalam penanaman, digunakan sistem tanam jajar legowo. Sistem tanam jajar legowo (*tajarwo*) adalah suatu sistem tanam di mana tanaman padi ditanam dalam barisan yang teratur dengan larikan tanaman, dan terdapat satu baris kosong di antara dua atau lebih baris tanaman padi.

5. Pemeliharaan

Setelah padi berumur 1-2 bulan, dilakukan penyiangan yang bertujuan untuk membersihkan tanah dari rumput liar, mengemburkan tanah, dan mencegah dari serangan hama dan penyakit.

6. Pemupukan

Pemupukan dilakukan 2 kali dalam satu musim tanam, yaitu pada saat tanaman berumur 3-4 hari dan saat tanaman berumur 30 hari. Pupuk yang digunakan adalah jenis pupuk NPK Phonska dan Urea.

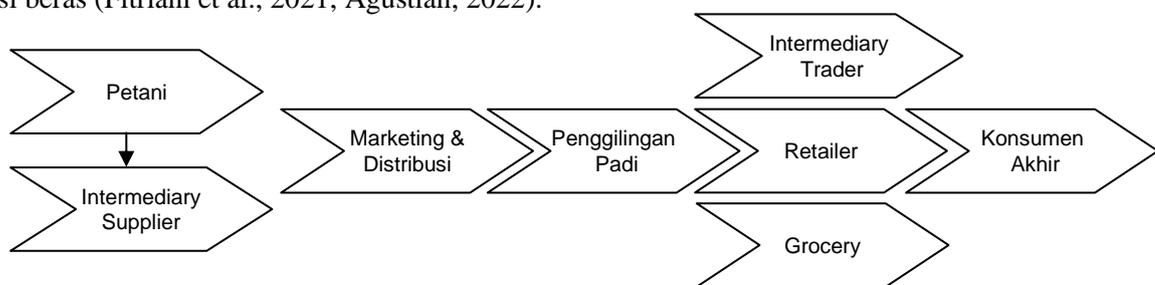
7. Pengendalian Hama dan Penyakit

Pengendalian hama dilakukan dengan menggunakan insektisida dan fungisida, serta dilakukan dalam beberapa kali selama satu musim tanam.

8. Pemanenan

Saat bulir padi sudah terlihat dan menguning keseluruhan, dapat dilakukan pemanenan di pagi hari atau saat cuaca cerah. Kemudian, padi akan dijemur agar kadar air dalam gabah menurun.

Setelah padi dipanen, padi harus diolah untuk menjadi beras, di bawah ini adalah rantai pasok produksi beras (Fitriani et al., 2021; Agustian, 2022):



Stakeholder yang terlibat dalam rantai pasok beras yaitu, petani, agen pengumpul, penggilingan beras, retailer, pedagang pasar, dan konsumen akhir. Petani melakukan produksi padi, dari tahap pembenihan hingga tahap pemanenan. Kemudian petani mendistribusikan padi ke pedagang pengumpul dan penggilingan padi untuk menjadi beras. Setelah beras ditimbang dan dikemas, beras akan didistribusikan kembali ke penjual lagi atau langsung ke konsumen akhir.

**Analisis Value Chain Produk Bawang Merah**

Rantai pasok produk bawang merah melibatkan berbagai stakeholder dan melewati beberapa aktivitas hingga sampai ke konsumen akhir. Alur dari produksi bawang merah menurut (Widodo & Rembulan, 2010) dan (Winanto & Santoso, 2017) adalah bawang merah yang dipanen akan dikirimkan ke gudang milik petani dan gudang milik pemerintah. Dari gudang, bawang merah akan didistribusikan kepada pedagang besar dan pedagang pengumpul. Setelah itu, bawang merah akan didistribusikan kembali ke penjual, seperti pedagang besar induk, pedagang pasar, dan pedagang eceran. Dari sini bawang merah akan langsung dijual ke konsumen akhir. Aktivitas tersebut tentunya melibatkan stakeholder diantaranya, petani, distributor, pedagang pasar, pedagang besar, pengecer, dan konsumen akhir.

**Analisis Strategi Peningkatan Nilai Produk Beras**

1. *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) Produk Beras

Untuk menilai internal pelaku usaha dari aspek *strength* dan *weakness*, digunakan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). Berikut ini adalah analisis IFAS produk beras:

No	Internal	Bobot	Skor	Weighted Skor
<b>Strength</b>				
1	Produk beras di Jawa Timur melimpah	7.62%	4	0.3
2	Beras yang dipasarkan sudah memiliki sertifikasi	3.71%	3	0.11
3	Tersedianya teknologi yang dapat menekan hasil kehilangan	7.29%	3	0.22
4	Mutu beras terjamin karena terdapat standarisasi sebelum dipasarkan	5.28%	4	0.21
Total skor				0.85
<b>Weakness</b>				
1	Modal petani yang masih terbatas	26.44%	3	0.79
2	Terbatasnya teknologi yang digunakan karena biayanya yang tinggi	6.34%	2	0.13
3	Pengolahan beras secara tradisional akan menghilangkan hasil sebanyak 16%	6.95%	2	0.14
4	Harga jual beras yang fluktuasi	17.38%	3	0.52
5	Terbatasnya informasi pasar yang dimiliki petani	19.01%	2	0.38
Total skor				1.96
<b>TOTAL</b>				<b>-1.11</b>

Dari perhitungan tersebut, didapatkan bahwa IFAS produk beras adalah -1,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *strength* para pelaku usaha saat ini masih belum mampu mengoptimalkan kekuatan mereka untuk mengurangi atau mengatasi *weakness* yang ada. Jika melihat dari tabel tersebut, *weakness* terbesar tercatat dengan skor tertinggi adalah keterbatasan modal petani, dengan skor sebesar 0,79.

## 2. External Factor Analysis Summary (EFAS) Produk Beras

*External Factor Analysis Summary* (EFAS) berguna untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pelaku usaha dalam hal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Melalui analisis EFAS ini, akan dievaluasi apakah pelaku usaha telah mengambil peluang yang ada, guna mengatasi ancaman yang dihadapi. Berikut adalah analisis EFAS untuk produk beras.

No.	Eksternal	Bobot	Skor	Weighted Score
<b>Opportunities</b>				
1	Permintaan beras di Indonesia yang tinggi	8.89%	4	0.36
2	Globalisasi perdagangan dapat memperluas pasar	7.85%	4	0.31
Total skor				0.67
<b>Threat</b>				
1	Harga beras impor yang murah	22.58%	4	0.9
2	Persaingan pasar yang semakin ketat	21.83%	3	0.65
3	Hama yang menyerang padi menyebabkan gagal panen	10.37%	2	0.21
4	Cuaca yang tidak menentu	5.72%	2	0.11
5	Berkurangnya lahan pertanian karena adanya alih fungsi lahan	22.77%	2	0.46
Total skor				2.34
<b>TOTAL</b>				<b>-1.67</b>

Dari perhitungan tersebut, didapatkan nilai EFAS produk beras adalah -1,67. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha belum mengoptimalkan *opportunities* untuk mengatasi *threat*. Jika melihat dari tabel tersebut, *threat* terbesar tercatat dengan skor sebesar, yakni 0,9.

## 3. IE Analysis Matrix

Matriks Analisis IE (Internal-External) digunakan untuk menentukan posisi perusahaan dan strategi yang harus diadopsi oleh pelaku usaha. Terdapat empat kuadran dalam matriks ini. Kuadran satu memiliki nilai positif pada IFAS dan EFAS, yang mengindikasikan strategi agresif merupakan strategi yang sesuai. Kuadran dua memiliki nilai positif pada IFAS dan nilai negatif pada EFAS, sehingga strategi diversifikasi menjadi pilihan yang tepat. Kuadran tiga memiliki nilai negatif pada

IFAS dan nilai positif pada EFAS, yang menyarankan perlu adanya perubahan strategi. Terakhir, kuadran empat memiliki nilai negatif pada IFAS dan EFAS, yang menunjukkan perlunya strategi bertahan. Berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS yang telah dilakukan, didapat bahwa IFAS dan EFAS produk beras bernilai negatif, sehingga terletak di kuadran empat, yakni strategi bertahan

4. TOWS Matrix

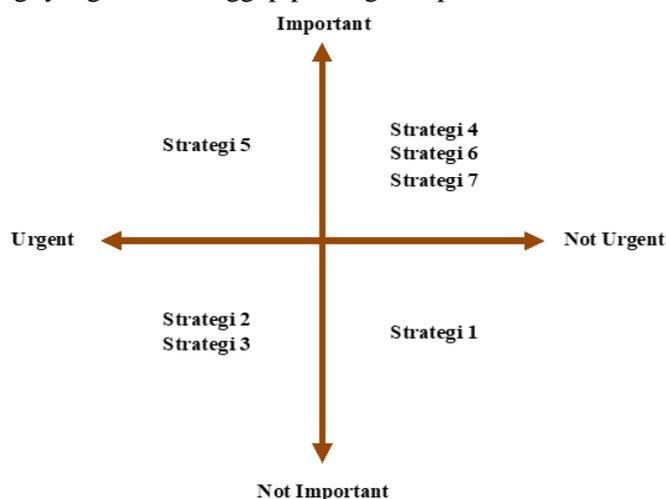
	STRENGTHS	WEAKNESS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jawa Timur memiliki produk beras yang melimpah</li> <li>Beras yang dipasarkan sudah memiliki sertifikasi</li> <li>Tersedianya teknologi yang dapat menekan hasil kehilangan</li> <li>Mutu beras terjamin karena terdapat standarisasi sebelum dipasarkan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Terbatasnya modal petani</li> <li>Teknologi yang digunakan terbatas karena biayanya tinggi.</li> <li>Sebanyak 16% hasil beras akan hilang jika menggunakan pengolahan beras tradisional.</li> <li>Fluktuasinya harga jual beras.</li> <li>Informasi pasar yang dimiliki petani terbatas.</li> </ol>
OPPORTUNITY	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>Di Indonesia permintaan produk beras sangat tinggi.</li> <li>Memanfaatkan globalisasi perdagangan untuk memperluas pasar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>S1. Meningkatkan produksi dengan pemanfaatan teknologi (S3 O1)</li> <li>S2. Memperluas pangsa pasar tidak hanya ke Jawa Timur (S1 O2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>S4. Bekerjasama dengan pedagang pedagang beras untuk mengetahui permintaan pasar (W5 O1)</li> <li>S5. Menjual secara langsung dari petani langsung ke konsumen akhir (W1 O1)</li> </ol>
THREAT	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>Murahnya harga beras impor</li> <li>Semakin ketatnya persaingan pasar.</li> <li>Gagal panen yang disebabkan oleh hama</li> <li>Tidak menentunya cuaca</li> <li>Lahan pertanian yang berkurang karena adanya alih fungsi lahan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>S3. Meningkatkan produktivitas saat lahan berkurang (S1 T5)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>S6. Meningkatkan efektivitas rantai pasok produksi beras sehingga biaya akan menurun (W1 W2 T1 T2)</li> <li>S7. Membangun komunitas petani di Jawa Timur (W5 T2)</li> </ol>

5. QSPM Matrix

Setelah merumuskan strategi, selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap tujuh strategi tersebut berdasarkan faktor internal dan eksternal menggunakan Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Evaluasi tersebut menghasilkan skor tertinggi sebesar 5,31, yaitu strategi 5 dengan menjual secara langsung dari petani ke konsumen akhir. Sementara itu, skor tertinggi kedua diduduki oleh strategi 6 sebesar 4,89, yakni meningkatkan efektivitas rantai pasok produksi beras sehingga biaya akan menurun. Di urutan ketiga (4,76), keempat (4,67), kelima (4,29), keenam (4,15), masing-masing adalah strategi 4, strategi 7, strategi 3, dan strategi 2. Adapun skor terkecil jatuh kepada strategi 1 dengan skor 3,30.

6. Skala Prioritas

Skala prioritas ini digunakan untuk mengklasifikasikan dan mengelompokkan strategi yang telah diajukan. Skala prioritas ini terdiri dari empat kuadran dengan deskripsi masing-masing. Pada kuadran pertama, terdapat strategi yang dianggap penting dan mendesak. Pada kuadran kedua, terdapat strategi yang dianggap penting tetapi tidak mendesak. Selanjutnya, pada kuadran ketiga, terdapat strategi yang mendesak tetapi tidak dianggap penting. Pada kuadran terakhir, yaitu kuadran empat, terdapat strategi yang tidak dianggap penting maupun mendesak.



Berdasarkan penilaian skala prioritas yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Strategi 5 menjadi prioritas utama untuk meningkatkan daya saing produk beras, yaitu "Menjual secara langsung dari petani langsung ke konsumen akhir,". Strategi ini perlu dilaksanakan segera untuk mengurangi rantai distribusi dan memungkinkan petani untuk memasarkan produk mereka langsung kepada konsumen. Dengan demikian, petani dapat memperoleh margin yang lebih baik dibandingkan dengan menjual produk mereka kepada pedagang.

**Action Plan Strategi Peningkatan Kompetitifness Produk Beras**

No.	Program	Indikator Sukses	Stakeholder		Jangka Waktu					
			Internal	Eksternal	2022	2023	2024	2025	2026	
<b>Strategi 5. Menjual secara langsung dari petani langsung ke konsumen akhir</b>										
1	Melakukan Pemasaran beras	Petani mendapatkan penjualan	Petani			v				
2	Melakukan Pengemasan Beras	Beras Terkemas dan siap untuk dijual	Petani			v				

**Analisis Strategi Peningkatan Nilai Produk Beras**

1. *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) Produk Bawang Merah

*Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) digunakan untuk mengevaluasi pelaku usaha dalam mengoptimalkan *strength* untuk mengurangi atau mengatasi *weakness* yang ada. Berikut ini adalah IFAS untuk produk bawang merah.

No	Internal	Bobot	Skor	Weighted Score
<b>Strength</b>				
1	Mudahnya ketersediaan bahan baku	7.26%	4	0.29
2	Kelompok tani yang potensial dan dapat membantu antar petani	16.58%	3	0.5
3	Penguasaan petani terhadap budidaya	4.36%	2	0.09
4	Komoditas dapat disimpan lama	30.56%	4	1.22
Total skor				2.1
<b>Weakness</b>				
1	Kurang adanya inovasi yang baru dari hasil produksi	6.15%	4	0.25
2	Masih menggunakan alat manual	6.38%	3	0.19
3	Terjadi penurunan luas lahan karena cuaca dan hama	17.28%	3	0.52
4	Harga yang ditentukan oleh pedagang	11.43%	3	0.34
Total skor		100.00%		1.3
<b>TOTAL</b>				<b>0.8</b>

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat disimpulkan bahwa total skor IFAS adalah 0,80, menunjukkan bahwa pelaku usaha telah berhasil memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi kelemahan. Dalam tabel, kekuatan dengan skor tertinggi adalah kemampuan komoditas untuk disimpan dalam jangka waktu lama, dengan *weighted score* sebesar 1,22.

2. *External Factor Analysis Summary* (EFAS) Produk Bawang Merah

*External Factor Analysis Summary* (EFAS) digunakan untuk mengevaluasi pelaku usaha dalam mengoptimalkan *opportunities* untuk mengurangi atau mengatasi *threat* yang ada. Berikut ini adalah ringkasan EFAS untuk produk bawang merah.

No	Eksternal	Bobot	Skor	Weighted Score
<i>Opportunities</i>				
1	Permintaan bawang merah tinggi	10.87%	4	0.43
2	Perkembangan teknologi yang semakin maju	5.69%	4	0.23
3	Sarana dan prasarana yang mudah didapatkan	10.28%	2	0.21
4	Adanya dukungan tenaga pendamping	4.95%	1	0.05
Total skor				0.92
<i>Threat</i>				
1	Adanya anomali iklim	5.02%	3	0.15
2	Harga yang fluktuatif	13.93%	4	0.56
3	Adanya serangan hama dan penyakit	23.07%	3	0.69
4	Sebagian besar lahan usaha tani bukan milik sendiri	26.18%	4	1.05
Total skor		100.00%		2.45
<b>TOTAL</b>				<b>-1.53</b>

Berdasarkan perhitungan tersebut, didapatkan nilai EFAS sebesar -1,53, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha belum mengoptimalkan *opportunities* yang ada untuk mengatasi *threat*.

3. IE Analysis Matrix

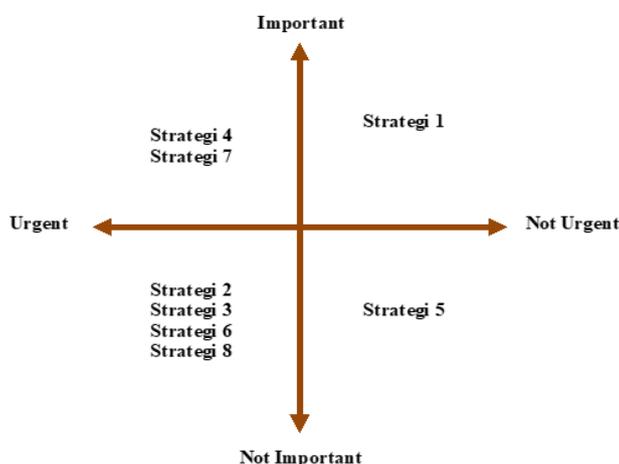
Matrix Analisis IE akan digunakan untuk mengevaluasi posisi perusahaan dan merumuskan strategi yang harus diambil oleh pelaku usaha. Dari perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan bahwa EFAS produk bawang merah memiliki skor positif, yakni 0,8. Sementara itu, EFAS dari produk bawang merah memiliki skor negatif, yakni -1,53, sehingga strategi yang tepat adalah strategi diversifikasi yang terletak di kuadran dua.

4. TOWS Matrix

	STRENGTHS	WEAKNESS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan bahan baku mudah</li> <li>2. Kelompok tani yang potensial dan dapat membantu antar petani</li> <li>3. Budidaya yang telah dikuasai petani</li> <li>4. Komoditas dapat disimpan lama</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang adanya inovasi baru dari hasil produksi</li> <li>2. Alat yang digunakan masih manual</li> <li>3. Cuaca dan hama menyebabkan terjadinya penurunan luas lahan</li> <li>4. Harga yang ditentukan oleh pedagang</li> </ol>
OPPORTUNITY	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Di Indonesia permintaan produk bawang merah tinggi</li> <li>2. Teknologi yang semakin maju</li> <li>3. Mudah didapatkannya sarana dan prasarana</li> <li>4. Adanya dukungan tenaga pendamping</li> </ol>	<p>S1. Menciptakan sistem penyimpanan Bawang Merah menyesuaikan dengan permintaan Bawang Merah (S4 O1)</p> <p>S2. Meningkatkan jumlah produksi untuk memenuhi permintaan bawang merah (S1 W1)</p> <p>S3. Mengembangkan pengetahuan petani untuk meningkatkan kualitas dan mutu bawang merah (S4 O4)</p>	<p>S5. Beralih menggunakan teknologi dalam produksi bawang merah dan melakukan pelatihan teknologi alat produksi bawang merah (W2 O2)</p> <p>S6. Memanfaatkan tenaga pendamping dan teknologi untuk meningkatkan jumlah produksi dan memudahkan petani (W2 O2 O4)</p>
THREAT	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Adanya anomali iklim</li> <li>7. Fluktuatifnya harga</li> <li>8. Serangan hama dan penyakit</li> <li>9. Mayoritas lahan usaha tani bukan milik sendiri</li> </ol>	<p>S4. Bekerja sama antar tani untuk membeli lahan (S2 T4)</p>	<p>S7. Menjual secara langsung dari petani ke konsumen akhir, agar harga dapat ditentukan oleh petani (W4 T2)</p> <p>S8. Meningkatkan penguasaan petani terhadap budidaya untuk mempertahankan posisi tawar (W4 T2)</p>

Setelah merumuskan strategi, selanjutnya akan dilakukan evaluasi terhadap delapan strategi tersebut dari faktor internal dan eksternal dengan menggunakan Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Evaluasi tersebut menghasilkan skor tertinggi sebesar 4,98, yaitu strategi 7 dengan menjual secara langsung dari petani ke konsumen akhir, agar harga dapat ditentukan oleh petani. Sementara itu, skor tertinggi kedua diduduki oleh strategi 4 sebesar 4,51, yakni bekerja sama antar tani untuk membeli lahan Sementara itu, skor terkecil jatuh kepada strategi 5 dengan skor 3,37, yaitu beralih menggunakan teknologi dalam produksi bawang merah dan melakukan pelatihan teknologi alat produksi bawang merah.

### Skala Prioritas



Dari identifikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa prioritas utama adalah strategi 4 dan strategi 7, yaitu “bekerja sama antar tani untuk membeli lahan” dan “menjual langsung dari petani ke konsumen akhir, agar harga dapat ditentukan oleh petani.”. Keduanya adalah strategi yang penting dan harus segera dilakukan agar petani memiliki lahan sendiri dan supaya petani bisa memasarkan hasil produksinya langsung ke konsumen.

### Action Plan Strategi Peningkatan Kompetitifness Produk Bawang Merah

No.	Program	Indikator Sukses	Stakeholder		Jangka Waktu				
			Internal	Eksternal	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Strategi 4. Bekerja sama antar tani untuk membeli lahan</b>									
1	Membuat kelompok petani Jawa Timur	Petani Jawa Timur saling bertukar informasi	Kelompok petani				v		
2	Membuat sistem manajemen keuangan untuk mengatur uang kelompok tani	Membuat target kas perbulan atau pertahun	Kelompok petani			v			
<b>Strategi 7. Menjual secara langsung dari petani ke konsumen akhir, agar harga dapat ditentukan oleh petani</b>									
1	Melakukan pengemasan bawang merah	Bawang merah terkemas dan siap dijual	Petani			v			
2	Melakukan pemasaran produk bawang merah	Petani mendapatkan penjualan	Petani						

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian di atas didapat bahwa hasil perhitungan IFAS produk beras bernilai -1,11 dan EFAS produk beras bernilai -1,67, sehingga produk beras pada matriks IE berada di kuadran kedua, yang mengindikasikan strategi bertahan sebagai strategi yang tepat untuk diterapkan. Adapun strategi urgent dan penting yang dapat dilakukan adalah dengan menjual secara langsung produk beras dari petani ke konsumen. Dengan demikian, petani dapat memperoleh margin yang lebih baik dibandingkan

dengan menjual produk mereka kepada pedagang. Sementara itu, produk bawang merah berada di kuadran empat pada matriks IE, yaitu diversifikasi strategi. Sebab, IFAS produk bawang merah bernilai 0,8 dan EFAS produk bawang merah bernilai -1,53. Kemudian, hasil dari analisis skala prioritas, didapatkan hasil bahwa bekerja sama antar tani untuk membeli lahan dan menjual langsung dari petani ke konsumen akhir adalah strategi prioritas yang penting dan urgent untuk dilakukan. Harapannya, setelah menerapkan strategi ini, petani dapat memiliki lahan sendiri dan bisa memasarkan hasil produksinya langsung ke konsumen akhir.

### **Saran**

Saran untuk penelitian lanjutan adalah dengan memperluas cakupan objek penelitian pada produk pertanian strategis lainnya di Provinsi Jawa Timur, sehingga petani di Jawa Timur dapat lebih sejahtera. Tidak hanya itu, disarankan untuk penelitian lanjutan juga dapat mengembangkan *action plan* dan skala prioritas dari strategi peningkatan value chain yang akan dibuat.

### **Keterbatasan Penelitian**

Batasan penelitian ini terletak pada fokus yang terbatas hanya dua objek, yaitu beras dan bawang merah. Selain itu, penelitian ini hanya membatasi pada analisis produk pertanian strategis di wilayah Jawa Timur.

### **REFERENSI**

- Fitriani, F., Fatih, C., Sutarni, S., & Prasmatiwi, F. E. (2021). Keberlanjutan Rantai Nilai Komoditas Beras. *Agrimor*, 6(1), 27–33.
- HADI, D. S. (1989). metodologi research jilid II.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. 2013, Manajemen strategis: formulasi, implementasi, dan pengendalian, Salemba Empat, Jakarta
- Porter, Michael E. 1985. Competitive Advantage – Creating a Sustaining Superior Performance, New York: The Free Press.
- Susmawati, S. (2018). Analisis Usaha Tani Padi (Oriza Sativa L) Dengan Sistem Jajar Legowo di Kelurahan Binuang Kecamatan Binuang Kabupaten Tapin Provinsi Kalimantan Selatan. *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 43(1), 59–64.
- Widodo, K. H., & Rembulan, D. (2010). Basic Supply Chain Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L) di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dari Perspektif Sistem Dinamis. *Inasea*, 11(2), 87–95
- Winanto, E. A., & Santoso, I. (2017). Integrasi Metode Fuzzy FMEA Dan AHP Dalam Analisis Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Bawang Merah [Integration Fuzzy FMEA And AHP Method In Risk Management Of Shallot Supply Chain]. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 22(1), 21–32.