

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERAS ORGANIK PADA KELOMPOK TANI SAWAH BANGSA MENGGUNAKAN MATRIK SPACE

Taufik Akbar¹, Alfikri², Silfia³

^{1,2,3}Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Limapuluh Kota, Indonesia

Penulis Korespondensi; Taufik Akbar

Email: taufikakbar132109@gmail.com¹, alfikri.politani@gmail.com², silfiasukri@gmail.com³

Informasi Artikel:

Diterima 10, 03, 2024

Disetujui 10, 21, 2024

Diterbitkan 11, 10, 2024

Keywords:

Strategy

Organic Rice

SPACE

Abstract. *The Sawah Bangsa farmer group is located in the Kenagarian Kamang Tangah Anam Suku, Kamang Magek District, Agam Regency. The Sawah Bangsa farmer group is engaged in the production and marketing of organic rice and has become an exemplary farmer group in Agam Regency. This research aims to analyze the organic rice business development strategy. The research was carried out from March to June 2024 by conducting interviews with heads of farmer groups and experts to support the research. The data analysis used is Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix analysis. Based on financial strength, competitive advantage, environmental stability and industrial strength, the Sawah Bangsa farmer group obtained an average rating sequentially, namely 2.5, -2, -1.75 and 4.5, so that the vertical axis value was 0.75 and the horizontal axis was 2.5. The results of the SPACE analysis strategy for the Sawah Bangsa farmer group's organic rice business are in the aggressive quadrant with strategy recommendations: integration (forward integration, backward integration, lateral integration), market penetration, market development, product development and diversification (related or unrelated).*

PENDAHULUAN

Sistem pertanian yang umum oleh masyarakat saat ini dibagi menjadi dua yaitu sistem konvensional dan organik. Perbedaan kedua sistem tersebut terdapat pada proses pengolahannya dimana pada pertanian organik sangat diminimalisir untuk terkontaminasi bahan kimia seperti pupuk dan pestisida sehingga aman bagi lingkungan. Keuntungan pertanian organik selain kelestarian lingkungan juga produk yang dihasilkan lebih sehat untuk dikonsumsi karena bebas dari pupuk dan pestisida kimia. Menurut Septiadi dan Mundiah (2020) menyatakan tersedianya pangan yang aman bagi kesehatan baik bagi konsumen maupun produsen adalah tujuan mulia dari pertanian organik. Kesadaran masyarakat akan pangan sehat saat ini sudah semakin meningkat, karena kekhawatiran dampak kesehatan masa depan.

Kesadaran masyarakat tersebut memberikan dampak terhadap permintaan beras organik. David dan Sukmi (2023), menjelaskan beras organik merupakan produk yang banyak dicari oleh konsumen dengan menempati posisi ketiga teratas dibandingkan produk-produk pertanian organik lainnya. Kecenderungan masyarakat untuk berbelanja pangan organik secara *offline* maupun *online* mengalami sedikit peningkatan, karena masyarakat perkotaan cenderung belanja ke supermarket maupun restoran organik secara langsung. Kebutuhan masyarakat terhadap pelabelan organik semakin meningkat yang beriringan dengan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya jaminan. Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) menjadi lembaga pengawas yang bertanggungjawab terhadap produk organik. Sertifikat terhadap produk organik didasarkan kepada SNI 6729 tahun 2016.

Luas lahan yang disertifikasi organik khususnya beras organik dari tahun 2019 hingga 2022 mengalami fluktuasi. Fluktuasi luas lahan organik sejalan dengan jumlah petani yang terlibat dalam pengolahan beras organik. Pada tahun 2019 sebanyak 7.398 petani yang terlibat dalam produksi beras organik, hingga pada tahun 2022 tercatat sudah sebanyak 12.752 petani yang terlibat dalam produksi beras organik di seluruh Indonesia (David dan Sukmi, 2023). Produksi beras organik untuk wilayah Sumatera Barat juga mengalami perubahan yang fluktuatif dimana pada tahun 2020 produksi beras Sumatera Barat sebanyak 338.265 ton dengan jumlah produsen sebanyak 242 petani, pada tahun 2021 produksi sebanyak 369.211 ton dengan jumlah produsen 261 petani dan pada tahun 2022 produksi sebanyak 368.339 ton dengan jumlah

produsen sebanyak 261 petani (David dan Sukmi, 2023). Salah satu kelompok tani yang memproduksi beras organik di Sumatera Barat adalah kelompok tani Sawah Bangsa.

Kelompok tani Sawah Bangsa merupakan salah satu kelompok tani yang bergerak pada sektor pertanian organik yang berada di Kenagarian Kamang Tangah Anam Suku, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam. Kelompok ini baru berjalan beberapa tahun dan sudah memiliki izin sertifikasi organik dari Lembaga Sertifikasi Organik sejak tahun 2021 serta menjadi kelompok tani teladan di Kabupaten Agam. Kelompok tani Sawah Bangsa memiliki lahan yang sudah disertifikasi sebanyak 4,1 hektare namun modal kelompok yang terbatas menyebabkan hasil produksi padi anggota tidak dapat terserap secara optimal, padahal permintaan terhadap beras organik tinggi. Sehingga dibutuhkan strategi untuk pengembangan usaha tersebut salah satu caranya menggunakan *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE).

METODE PENELITIAN

Penelitian telah dilaksanakan dari bulan Maret hingga Juni 2024 di Kenagarian Kamang Tangah Anam Suku, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam. Penelitian dilaksanakan kepada salah satu kelompok tani di daerah tersebut yaitu kelompok tani Sawah Bangsa.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

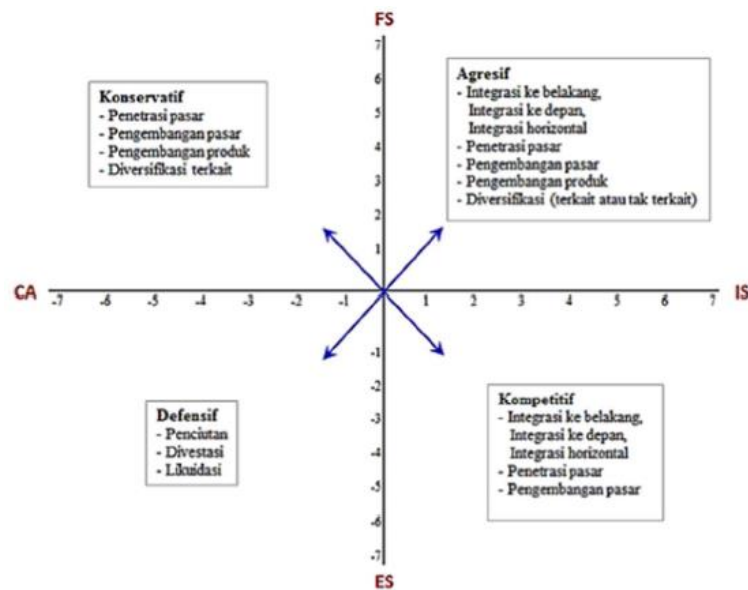
1. Wawancara, dilakukan secara langsung kepada informan terkait yang dapat dipercaya.
2. Observasi, merupakan proses yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui kondisi di lapangan.
3. Dokumentasi, digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian, dapat berupa catatan maupun mengambil gambar pelengkap dokumentasi.

Penentuan responden dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dengan mempertimbangkan responden memiliki hubungan dengan bidang yang diteliti dan responden ahli dalam bidangnya.

Metode analisis data diolah menggunakan matriks matriks SPACE dengan tahapan sebagai berikut:

Judul Artikel: Strategi Pengembangan Usaha Beras Organik Pada Kelompok Tani Sawah Bangsa Menggunakan Matrik SPACE

1. Pilih variabel untuk setiap kekuatan finansial (FS), stabilitas lingkungan (ES), keunggulan kompetitif (CA), kekuatan industri (IS).
2. Nilai diberikan pada dimensi FS dan IS berkisar 1 (buruk) hingga 6 (bagus), sedangkan nilai ES dan CA berkisar -6 (buruk) hingga 1 (bagus).
3. Hitung nilai rata-rata dari FS, CA, ES dan IS.
4. Tempatkan nilai rata-rata dari FS, CA, ES dan IS pada diagram matriks SPACE.
5. Tambahkan nilai pada sumbu X dan tambahkan juga nilai pada sumbu Y.
6. Gambar titik yang berpotongan antara sumbu X dan sumbu Y.



Gambar 1. Diagram Matriks SPACE

Hasil dari garis yang berpotongan akan memperlihatkan posisi dan strategi yang direkomendasikan untuk organisasi yaitu agresif, kompetitif, defensif dan konservatif.

1. Kuadran agresif pada matriks SPACE menunjukkan posisi perusahaan baik untuk menggunakan kekuatan internal yaitu mengambil manfaat peluang eksternal, menanggulangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.
2. Kuadran konservatif pada matriks SPACE menunjukkan perusahaan tetap berada pada baris awal kompetensinya dan tidak bisa menanggung resiko yang lebih besar.
3. Kuadran defensif pada matriks SPACE menunjukkan perusahaan harus mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal

4. Kuadran kompetitif pada matriks SPACE mengindikasikan strategi keunggulan kompetitif yang meliputi integrasi (kebelakang, kedepan dan horizontal) pengembangan pasar, penetrasi pasar dan pengembangan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Posisi faktor strategi internal

1. Kekuatan Keuangan

a. ROI (*Return On Investment*)

ROI merupakan rasio dari keuntungan atau kerugian suatu usaha jika dibandingkan dengan nilai investasi yang dikeluarkan. Biaya investasi pada sebidang sawah dengan luas lahan $\pm 450 \text{ m}^2$ sebesar 3.600.000 Rp dengan hasil produksi rata-rata 30 karung untuk sekali musim tanam. Padi dibeli oleh kelompok tani dengan harga 300.000 Rp/karung atau 7.500 Rp/kg, maka didapatkan berat padi setiap karung sebanyak $300.000 : 7.500 = 40 \text{ kg}$. Beras yang dihasilkan dari padi organik dengan berat 40 kg kurang lebih sebanyak 19 kg, maka didapatkan berat total beras sebanyak $30 \times 19 = 570 \text{ kg}$. Beras tersebut nantinya akan dijual dengan harga 20.000/kg. Pendapatan anggota dari menjual padi sebesar 9.000.000 Rp sehingga keuntungan bersih setelah dikurangi biaya sebanyak 5.400.000 Rp, maka nilai ROI padi dalam sekali musim tanam sebesar 150%. Pendapatan kelompok dari menjual beras sebesar 11.400.000 Rp sehingga keuntungan diperoleh sebesar 2.400.000 Rp setelah dikurangi biaya pembelian padi dari anggota yaitu 9.000.000 Rp, maka nilai ROI beras organik sebesar 26,7 %. Jadi nilai ROI dari usaha beras organik sangat bagus.

b. Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan suatu aset untuk dapat cepat diubah menjadi uang tunai tanpa penurunan nilai yang signifikan. Kelompok tani Sawah Bangsa memiliki beberapa aset yang kepemilikannya bersifat pribadi dan kelompok. Aset yang bersifat pribadi seperti lahan dimiliki oleh masing-masing anggota kelompok. Aset yang bersifat kelompok seperti bangunan dan peralatan pertanian dimiliki oleh kelompok, yang berasal dari bantuan dan swadaya anggota. Aset tersebut sulit untuk diubah menjadi uang tunai dan nilai dari aset tersebut sangat rendah saat diuangkan.

c. Perputaran persediaan

Perputaran persediaan adalah rasio keuangan yang mengukur seberapa cepat persediaan barang dagangan dijual dan diganti dalam suatu periode tertentu. Persediaan beras organik kelompok tani Sawah Bangsa biasanya tidak terlalu banyak sehingga akan habis sebelum periode panen berikutnya. Padi hasil panen dikirim menuju tempat penggilingan padi, di sana padi dijemur dan digiling hingga menjadi beras. Beras habis terjual biasanya paling lama 2 bulan setelah panen. Perputaran persediaan beras organik Sawah Bangsa kurang baik jika dinilai dalam periode satu tahun karena tidak dapat tersedia setiap waktu dalam periode tersebut.

d. Modal kerja

Modal kerja adalah dana yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Modal awal dari kelompok tani Sawah Bangsa berasal dari iuran bersama yang berasal dari upah tenaga anggota kelompok yang bekerja di lahan milik orang lain, saat ini modal usaha kelompok sudah berasal dari keuntungan produksi. Modal kerja pada kelompok tani Sawah Bangsa terbagi dua yaitu modal pribadi dan modal kelompok. Modal pribadi dibiayai sendiri oleh anggota seperti benih, tenaga kerja dan biaya operasional budidaya lainnya. Modal kelompok tani digunakan untuk operasional seperti pengeluaran biaya kegiatan, pembelian bahan baku pupuk organik dan membeli padi dari anggota kelompok. Keuntungan kelompok akan dibagikan setiap tahunnya kepada semua anggota dalam bentuk THR dan menyisakan modal operasional secukupnya. Modal yang disisakan untuk kas kelompok seringkali kurang sehingga kelompok akan kekurangan modal untuk menampung hasil panen anggotanya pada tahun berikutnya.

2. Keunggulan kompetitif

a. Kualitas produk

Kualitas produk dinilai dari kemampuan produk tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan dari pelanggan. Penilaian kualitas produk bersifat subjektif, seperti kepuasan konsumen sehingga sulit diukur secara absolute karena selera setiap orang akan berbeda-beda. Kualitas produk dari beras organik kelompok tani Sawah Bangsa sudah sangat baik dinilai dari rasa dan manfaat kesehatannya. Kualitas produk diperoleh dari pengawasan mutu yang terjaga sesuai standar yang diberikan.

b. Pangsa pasar

Pangsa pasar adalah posisi penjualan perusahaan saat ini dibandingkan penjualan di pasar. Pangsa pasar beras organik umumnya kepada masyarakat lapisan kelas menengah ke atas, sehingga beras organik lebih banyak dijual di pasar terstruktur (Sukayat dan Supyandi, 2016). Penjualan beras organik di kelompok tani Sawah Bangsa sangat tinggi karena setiap produk yang diproduksi selalu habis terjual bahkan sampai tidak dapat memenuhi permintaan.

c. Siklus hidup produk

Siklus hidup produk adalah tahapan perjalanan produk dimulai dari perkenalannya ke pasar hingga produk hilang di pasaran. Siklus hidup produk terbagi menjadi empat dimulai dari pengenalan, pertumbuhan, pendewasaan dan penurunan. Posisi beras organik kelompok tani Sawah Bangsa saat ini masih berada pada fase pertumbuhan karena produk sudah mulai banyak dikenal sehingga biaya pemasaran mulai turun serta brand mulai dikenal. Tahap pertumbuhan permintaan semakin meningkat dan produk sudah dikenal konsumen secara luas sehingga promosi tidak seagresif sebelumnya, namun persaingan semakin ketat (Anika, 2022).

d. Loyalitas konsumen

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, bahkan jika ada pilihan lain yang tersedia. Konsumen beras organik kelompok tani Sawah Bangsa dinilai sangat loyal, karena mereka melakukan pembelian secara berulang dan tidak beralih kepada produk pesaing.

e. Pengetahuan teknologi

Pengetahuan teknologi mengacu kepada pemahaman dan kemampuan individu untuk menggunakan teknologi. Salah satu teknologi untuk pertanian organik berupa bioteknologi berupa penggunaan pupuk. Pupuk organik yang digunakan oleh kelompok tani Sawah Bangsa sudah menggunakan teknologi penemuan terbaru seperti pemakaian Jakaba dan pupuk lainnya. Teknologi berupa mesin, kelompok tani Sawah Bangsa masih rendah karena lebih banyak menggunakan teknologi sederhana secara manual. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan teknologi bisa berasal tingkat pendidikan karena pendidikan anggota kelompok tani Sawah Bangsa rata-rata sekolah menengah kebawah, dan tingkat kebutuhan terhadap teknologi.

B. Posisi faktor strategi eksternal

1. Stabilitas Lingkungan

a. Tingkat inflasi

Inflasi merupakan kenaikan barang dan jasa secara umum. Dampak dari terjadinya inflasi dapat menurunkan daya beli masyarakat karena terjadi kenaikan harga di pasar. Selain itu biaya produksi juga akan meningkat karena kenaikan harga input produksi. Inflasi tahun ke tahun Indonesia pada 1 April 2024 senilai 3,05%, dimana penyumbang inflasi terbesar adalah beras senilai 0,74 % (BPS 2024).

b. Tingkat persaingan

Tingkat persaingan usaha dapat diukur dari beberapa faktor salah satunya adalah jumlah usaha sejenis. Semakin banyak usaha sejenis yang ada di pasar maka tingkat persaingan akan semakin tinggi. Jumlah pesaing usaha beras organik masih sedikit dikarenakan sulitnya mengkonversi lahan untuk membentuk kelompok tani organik. Peredaran beras organik di pasar dan pusat keramaian di daerah sekitar masih kurang karena hanya ada beras organik dengan jenis beras merah sehingga memberi peluang beras organik putih karena persaingan masih rendah.

c. Perubahan teknologi

Teknologi dalam bidang pertanian organik terus berkembang seperti mekanisasi pertanian. Hampir semua kegiatan dalam proses budidaya dapat dilakukan menggunakan mesin, dimulai dari pembibitan hingga panen. Kelompok tani Sawah Bangsa belum mampu untuk menerapkan hal tersebut untuk saat ini, dikarenakan skala usaha yang masih kecil dan modal yang tidak mencukupi. Perubahan teknologi dari segi pemasaran kelompok tani Sawah Bangsa sudah memasarkan produknya melalui media online seperti Facebook dan WhatsApp. Perubahan teknologi secara Bioteknologi juga terus berkembang dengan terus ditemukannya teknologi baru. Teknologi seperti pupuk, pestisida dan teknik pengomposan sudah banyak dilakukan penelitian agar lebih efisien. Melalui pelatihan teknologi tersebut terus diperkenalkan kepada masyarakat.

d. Elastisitas harga terhadap permintaan

Elastisitas harga terhadap permintaan adalah ukuran seberapa sensitifnya jumlah permintaan suatu produk terhadap perubahan harga. Kenaikan harga beras organik kelompok tani Sawah Bangsa dipengaruhi oleh harga beras rata-rata daerah tersebut. Kenaikan harga tersebut dimaklumi oleh konsumen sehingga tidak terlalu mempengaruhi penjualan beras organik. Beras

organik yang sebelumnya dihargai 18.000 Rp/Kg naik menjadi 20.000 Rp/Kg, namun tidak terjadi penurunan jumlah permintaan dari konsumen serta persediaan beras selalu habis terjual.

2. Kekuatan Industri

a. Potensi pertumbuhan

Potensi pertumbuhan merupakan kemampuan suatu usaha untuk berkembang dan meningkat di masa yang akan datang. Dilihat dari tren konsumsi organik masyarakat bisa jadi nantinya akan banyak bermunculan konsumen beras organik. Konsumen yang sudah puas akan melakukan pembelian ulang sehingga menjadi pelanggan beras organik. Keberadaan pelanggan dapat membantu perkembangan usaha dengan pemasaran yang efisien. Sedangkan dari segi harga mengalami pertumbuhan yang sebelumnya dihargai 18.000/kg sekarang dijual dengan harga 20.000/kg. Jika dihitung tingkat pertumbuhannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Pertumbuhan} &= \frac{\text{Nilai akhir} - \text{Nilai awal}}{\text{Nilai awal}} \times 100 \\ &= \frac{20.000 - 18.000}{18.000} \times 100 \\ &= 11,11\%\end{aligned}$$

Jadi nilai pertumbuhan yang dihitung berdasarkan perubahan harga sebanyak 11,11%.

b. Prospek laba tinggi

Usaha beras organik memiliki prospek laba yang bagus karena harga jual beras organik yang lebih mahal 10% dibandingkan beras konvensional. Biaya produksi pada tahap budidaya juga lebih murah dibandingkan konvensional jika dapat membuat input sendiri. Berdasarkan penelitian Pribadi (2021), produksi sawah organik sebesar 2.830 kg/Ha dalam sekali musim tanam, sedangkan produksi sawah konvensional sebesar 1.868 kg/Ha dalam sekali musim tanam. Sesuai dengan penelitian Irfan *et al.* (2019) produksi rata-rata usahatani padi organik sebesar 6.272 kg/Ha dengan tingkat kelayakan 4,11, sedangkan produksi rata-rata usahatani padi konvensional sebesar 5.845 kg/Ha dengan tingkat kelayakan 2,11.

Pasar beras organik tidak hanya dalam lingkup daerah sekitar tapi juga berpotensi untuk ranah ekspor. Setiap tahun ada peningkatan tren ekspor beras organik secara signifikan (2011 sebanyak 28,95 ton, 2013 sebanyak 214,15 ton dan pada tahun 2016 sekitar 300 ton), sedangkan

harga di pasar ekspor sekitar Rp40.000/kg bahkan di Negara Belgia mencapai Rp70.000-Rp90.000/kg (Elizabeth, 2022).

c. Kemudahan masuk pasar

Pasar untuk penjualan beras organik masih sangat terbuka luas. Kemudahan masuk pasar beras organik lebih tergantung kepada kesanggupan oleh usaha tersebut seperti biaya awal, akses dan sumberdaya serta skala ekonomi. Kemudahan pengurusan regulasi perizinan organik cukup mudah asalkan mampu menciptakan wilayah kawasan organik. Pengajuan sertifikasi organik pada LSO Sumatera Barat tidak ada biaya sertifikasi atau gratis. Sedangkan pengajuan pada lembaga swasta memerlukan biaya sekitar Rp15.000.000-Rp30.000.000 tergantung komoditas dan luas lahan Lestari *et al.* (2021).

d. Utilisasi sumber daya

Utilisasi sumber daya mengacu pada penggunaan sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Bahan baku dalam budidaya organik dapat di efisienkan dengan membuat sendiri dari bahan yang ada di alam seperti kompos dari limbah kotoran ternak. Input produksi bagi kelompok tani Sawah Bangsa seperti kompos, pestisida dan pupuk organik cair tersedia di lingkungan sekitar. Kotoran ternak sebagai bahan baku pembuatan kompos mudah didapat dilingkungan sekitar karena terdapat peternak yang memelihara hewan seperti sapi, kerbau dan kambing sehingga akan mengefisienkan biaya produksi.

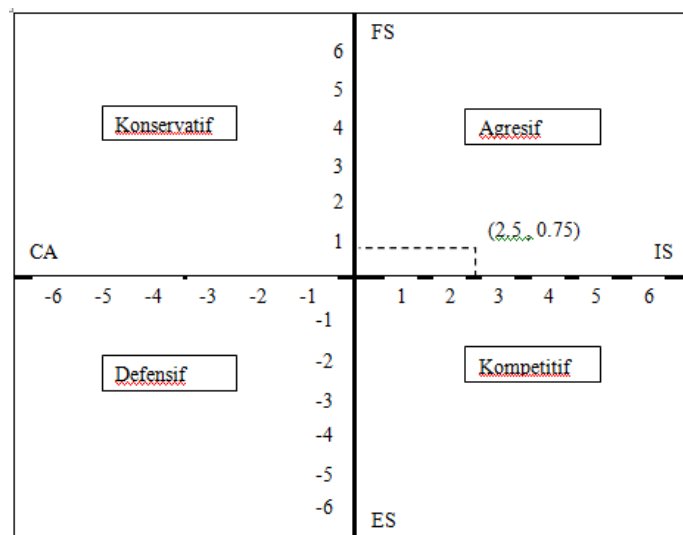
Judul Artikel: Strategi Pengembangan Usaha Beras Organik Pada Kelompok Tani Sawah Bangsa Menggunakan Matrik SPACE

Hasil matriks SPACE usaha beras organik kelompok tani Sawah Bangsa:

Tabel 1. Hasil Matriks SPACE

POSISI FAKTOR STRATEGI INTERNAL	RATING	POSISI FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	RATING
Kekuatan Keuangan		Stabilitas Lingkungan	
1. ROI	4	1. Tingkat inflasi	-2
2. Likuiditas	2	2. Tingkat persaingan	-2
3. Perputaran persediaan	2	3. Perubahan teknologi	-2
4. Modal Kerja	2	4. Elastisitas harga terhadap permintaan	-1
Total	10	Total	-7
Rata-rata	2,5	Rata-rata	-1,75
Keunggulan Kompetitif		Kekuatan Industri	
1. Kualitas produk	-2	1. Potensi pertumbuhan	3
2. Pangsa pasar	-2	2. Prospek laba tinggi	5
3. Siklus hidup produk	-2	3. Kemudahan masuk pasar	5
4. Loyalitas konsumen	-1	4. Utilisasi Sumber daya	5
5. Pengetahuan teknologi	-3		
Total	-10	Total	18
Rata-rata	-2	Rata-rata	4,5

Berikut kuadran hasil analisis matriks SPACE usaha beras organik kelompok tani Sawah Bangsa:



Gambar 2. Hasil Diagram Matriks SPACE

$$FS + ES = 2,5 + (-1,75) = 0,75$$

$$CA + IS = (-2) + 4,5 = 2,5$$

Kuadran matriks SPACE menunjukkan posisi usaha berada pada kuadran agresif dengan sumbu vertikal 0,75 dan sumbu horizontal 2,5. Kuadran agresif artinya usaha tersebut baik untuk menggunakan kekuatan internal yaitu mengambil manfaat peluang eksternal, menanggulangi kelemahan internal dan menghindari ancaman internal. Strategi yang disarankan untuk kuadran agresif seperti integrasi, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan diversifikasi terkait atau tidak terkait.

1. Integrasi

Integrasi terbagi menjadi tiga yaitu integrasi kedepan, integrasi kebelakang dan integrasi horizontal.

- a. Integrasi kedepan berupa meningkatkan kontrol atas distribusi produk atau layanan ke konsumen akhir. Strategi ini dapat diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa dalam bentuk membangun kemitraan dagang seperti bekerja sama dengan pihak ketiga yang memiliki modal, sehingga beras organik yang dihasilkan lebih banyak dan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan.
- b. Integrasi kebelakang berupa meningkatkan kontrol atas rantai pasokan bahan baku atau komponen produknya. Strategi ini dapat diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa dengan membantu pengembangan pertanian organik di wilayah sekitar atau menambah jumlah lahan produksi sehingga ketersediaan bahan baku dapat terjaga
- c. Integrasi horizontal berupa meningkatkan pangsa pasar dengan mengakuisisi atau merger dengan perusahaan lain yang memproduksi produk dan layanan serupa. Strategi ini dapat diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa dengan melakukan kerjasama atau bermitra dengan kelompok tani organik lainnya dalam kegiatan produksi.

2. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar merupakan strategi dengan meningkatkan penjualan produk atau layanan yang sudah ada pada pasar yang ada. Strategi ini dapat diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa dengan meningkatkan produksi dan layanan kepada konsumen sehingga konsumen menjadi lebih betah.

3. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah strategi bisnis berupa menjual produk atau layanan yang sudah ada kepada pasar baru. Strategi ini dapat diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa jika

produksi sudah mencukupi pasar yang ada atau pasar yang ada sudah mulai jenuh sehingga produk dijual ke daerah yang lebih luas.

4. Pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan strategi dengan menciptakan produk atau layanan baru yang sesuai kebutuhan konsumen. Pengembangan produk yang dapat dilakukan kelompok tani Sawah Bangsa dapat berupa memperbaiki kemasan produk. Produk baru yang dapat dikembangkan oleh kelompok tani Sawah Bangsa seperti memproduksi beras merah, beras hitam dan beras coklat yang harganya lebih mahal jika dibandingkan beras putih.

5. Diversifikasi

Diversifikasi terbagi menjadi dua yaitu diversifikasi terkait dan diversifikasi tidak terkait.

- a. Diversifikasi terkait berupa kegiatan operasional perusahaan pada sub sektor industri yang masih berkaitan dengan bisnis utama mereka. Strategi ini sudah diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa dengan menjual pupuk organik dan pestisida organik. Bentuk strategi lainnya yang dapat diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa seperti menjual olahan dari beras organik seperti kue dari beras organik.
- b. Diversifikasi tidak terkait berupa kegiatan operasional perusahaan pada sub sektor industri yang tidak berkaitan dengan bisnis utama mereka. Strategi ini dapat di diterapkan kelompok tani Sawah Bangsa dalam bentuk membuat agrowisata dan edukasi di lahan budidaya organik.

KESIMPULAN

Kondisi strategis usaha komunitas petani organik Sawah Bangsa berdasarkan analisis SPACE yang ditinjau dari kekuatan keuangan, keunggulan kompetitif, stabilitas lingkungan dan kekuatan industri usaha beras organik kelompok tani Sawah Bangsa berada pada kuadran agresif. Strategi yang disarankan pada kuadran agresif diantaranya integrasi (integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi kesamping), penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan diversifikasi (terkait atau tidak terkait).

DAFTAR PUSTAKA

- Anika, R. N. (2022). *Analisis Strategi Distribusi Produk Dalam Mempertahankan Product Life Cycle Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Official BeeMe Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Badan Pusat Statistik (2024) di akses dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/04/01/2302/inflasi-year-on-year--y-on-y--maret-2024-sebesar-3-05-persen.html>, pada tanggal 1 Mei 2024 pada jam 19:26 WIB.
- David, W dan Sukmi, A. (2023). *Statistik Pertanian Organik Indonesia*. Jakarta: Universitas Bakrie Press
- Elizabeth, R. (2022). Pengaruh Consumer Lifestyle Dan Ragam Olahan Terhadap Permintaan Beras Organik. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 001-014.
- Irfan, I., Nuraeni, N., & Salim, M. (2019). ANALISIS Komparasi Usahatani Padi Organik dan Usahatani Padi Konvensional (Studi Kasus di Desa Pattiro Deceng, Kecamatan Camba, Kabupaten Maros). *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 2(2).
- Lestari, G. S., Sadeli, A. H., Pardian, P., & Fatimah, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Organik Komunitas, dan Perilaku Pencarian Informasi Terhadap Minat Beli Produk Organik di Komunitas Organik Indonesia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(02), 1211.
- Pribadi, O. O. (2021). *Analisis Komparasi Pendapatan Usaha tani Padi Sawah Sri Organik Dan Padi Sawah Konvensional Di Desa Kelayang Kecamatan Rakit Kulim Kabupaten Indragiri Hulu* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Septiadi, D., & Mundiya, A. I. (2020). Strategi pengembangan usaha tani sayuran berbasis pertanian organik. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43.
- Sukayat, Y., & Supyandi, D. (2016). Keberdayaan Petani Padi Organik dalam Memenuhi Permintaan Pasar Terstruktur (Studi Kasus pada Kelompok Tani Sarinah Kabupaten Bandung). *Jurnal Agricore*, 1(1), 1-94.