

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pangan adalah komoditas penting bagi bangsa Indonesia, dimana pangan merupakan kebutuhan pokok bangsa Indonesia (masyarakat Indonesia) yang harus di penuhi pemerintah serta masyarakat secara bersama-sama. Pembangunan pertanian sebagai bagian integral dari pembangunan nasional tetap mendapatkan prioritas tinggi, karena bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa sektor pertanian lebih tangguh di bandingkan sektor moderen dalam menghadapi krisis moneter. Krisis moneter yang berkepanjangan, tidak hanya menimbulkan ketidak setabilan sosial ekonomi dan politik tetapi juga berdampak pada ketersediaan bahan-bahan pokok kebutuhan masyarakat, Salahudin (1999) dalam Made Tirtayasa, I Ketut Arnawa dan Putu Fajar Kartika Lestari (2016).

Ketersediaan bahan pangan merupakan faktor penting dalam mengukur kesejahteraan suatu negara, karena pangan berhubungan dengan kestabilan ekonomi, sosial, dan politik negara tersebut. Bertambahnya jumlah penduduk akan berdampak terhadap peningkatan konsumsi pangan utama yaitu beras, dimana saat ini pertumbuhan penduduk perkapita secara nasional adalah 1,30 – 1,49 persen/tahun (BPS, 2016) akibatnya permintaan pangan nasional meningkat ditambah dengan peningkatan pendapatan per kapita yang mendorong penambahan kebutuhan pangan (Rusono, 2010).

Kebutuhan beras sebagai salah satu sumber pangan utama penduduk Indonesia terus meningkat, karena selain penduduk terus bertambah dengan peningkatan sekitar 2 % per tahun, juga adanya perubahan pola konsumsi penduduk dari non beras ke beras. Terjadinya penciutan lahan sawah irigasi subur akibat

konversi lahan untuk kepentingan non pertanian, dan munculnya fenomena degradasi kesuburan menyebabkan peningkatan produktivitas padi sawah irigasi cenderung melandai sehingga tidak mampu mengimbangi laju peningkatan penduduk, Andriani (2008) dalam Bima Satria, Erwin Masrul Harahap dan Jamilah (2016).

Padi merupakan komoditas strategis ditinjau dari aspek ekonomi, sosial, dan politik karena tanaman pangan terpenting yang menyangkut hajat hidup dan kebutuhan dasar hampir seluruh rakyat Indonesia serta menjadi prioritas dalam menunjang program pertanian. Di Indonesia usahatani padi masih menjadi tulang punggung perekonomian pedesaan (Budianto, 2003) dalam Jumakir,dkk (2014).

Peningkatan produktivitas dan produksi padi harus terus dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani serta menjamin ketahanan pangan. Penggunaan varietas unggul padi yang berpotensi hasil tinggi dan semakin membaiknya mutu usahatani seperti pengolahan tanah, pemupukan dan cara tanam telah berhasil meningkatkan produktivitas padi, Irawan (2004) dalam Bima Satria, Erwin Masrul Harahap dan Jamilah (2016).

Kabupaten Aceh Tamiang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi pengembangan tanaman padi sawah. Berdasarkan data statistik Aceh 5 Tahun terakhir dimulai dari tahun 2016 sampai 2020 yang menunjukkan luas panen dan produksi tanaman padi sawah di Kabupaten Aceh Tamiang yang berfluktuatif. Hal ini dapat dilihat pada table 1 berikut :

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Padi Sawah di Kabupaten Aceh Tamiang Tahun 2016-2020

No	Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	2016	28.378,9	136.478
2	2017	26.697,4	128.560
3	2018	12.199,57	116.835
4	2019	14.748,01	70.959
5	2020	15.113,95	70.063

Sumber : BPS Provinsi Aceh (diolah)

Berdasarkan table 1 diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 dan 2017 terjadinya penurunan luas panen yaitu dari 28 378,9 Ha menjadi 26 697,4 Ha , Pada tahun 2018 luas panen padi sawah di kabupaten aceh tamiang kembali mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 12.199,57 Ha dan cenderung meningkat sampai tahun 2020 luas panen padi sawah meningkat sampai 15.113,95 Ha, Akan tetapi Luas panen yang cenderung meningkat mulai dari tahun 2018 sampai 2020 tidak berbanding lurus dengan hasil produksi yang di dapatkan, Hasil produksi dari tahun 2018 sampai 2020 cenderung tidak stabil atau berubah-ubah yaitu terdapat penurunan produksi pada tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 70.959 Ton menurun menjadi 70.063 Ton.

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Padi Sawah di Kecamatan Manyak Payed Tahun 2017-2021

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1	2017	4,445	46,509
2	2018	4,445	46,688
3	2019	4,445	48,648
4	2020	4,445	48,114
5	2021	4,445	48,648

Sumber: PPL Kec. Manyak Payed

Berdasarkan table 2 diatas dapat diketahui bahwa luas lahan dan produksi padi sawah di kecamatan manyak payed cenderung stabil dan tidak mengalami fluktuasi yang terlalu signifikan.

Menurut Suparyono dan Setyono (1993) fluktuasi produksi padi akan berdampak luas terhadap sistem tatanan masyarakat yang memilih padi sebagai bahan makanan pokok. Menurut Prabandari (2013), bahwa luas lahan, tenaga kerja, bibit, pupuk, obat-obatan dan air berpengaruh sangat nyata terhadap produksi padi sawah.

Berdasarkan badan pusat statistik (BPS) Kecamatan Manyak Payed dalam angka (2020) desa Seuneubok Cantek merupakan salah satu Desa dari 36 Desa yang ada di Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang yang memiliki luas lahan sawah paling banyak/besar yaitu 325 Ha. Hal tersebut yang menjadikan desa tersebut menjadi tempat penelitian bagi penulis, karena di anggap desa tersebut representative dalam penelitian ini.

Fluktuatifnya hasil produksi padi sawah di Kabupaten Aceh Tamiang mengakibatkan lemahnya petani memanfaatkan potensi ekonomi yang seharusnya diterima untuk meningkatkan kesejahteraanya, Fluktuasi produksi yang terjadi tersebut di duga disebabkan oleh lemahnya perawatan terutama dalam hal menunjang pertumbuhan padi yaitu pemupukan, hal ini dikarenakan harga pupuk yang semakin mahal sehingga para petani padi sawah yang harus meminimalisir bajet dalam memproduksi padi sawahnya. Adapun faktor lain yang menyebabkan berfluktuasi nya hasil produksi padi sawah yang terjadi di desa seuneubok cantek yaitu di sebabkan oleh faktor iklim, hal ini karena lahan padi sawah di Desa tersebut

merupakan lahan sawah tadah hujan, sehingga jika curah hujan tinggi maka akan menyebabkan banjir dan jika kemarau maka akan mengalami kekeringan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka diperlukan upaya untuk mengoptimalkan dan meningkatkan produksi padi di desa Seuneubok Cantek, untuk itu maka peneliti mengambil judul “Strategi Peningkatan Produksi Padi Sawah di Kabupaten Aceh Tamiang (studi kasus: Desa Seuneubok Cantek Kecamatan Manyak Payed)” Karena padi adalah komoditas yang memiliki persoalan spesifik pada lingkungan yang spesifik maka dibutuhkan identifikasi masalah produksi padi sawah, agar produksi padi sawah dapat ditingkatkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor Internal dan Eksternal dalam meningkatkan produksi usahatani padi sawah di Desa Seuneubok Cantek, Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang?
2. Bagaimana strategi peningkatan produksi usahatani padi sawah di Desa Seuneubok Cantek, Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan produksi usahatani padi sawah di Desa Seuneubok Cantek, Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang.
2. Untuk menganalisis strategi peningkatan produksi usahatani padi sawah di Desa Seuneubok Cantek, Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dan kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan mengenai strategi peningkatan produksi padi sawah.

2. Bagi Akademisi

Sebagai pengetahuan dan informasi serta referensi untuk mengetahui strategi peningkatan produksi padi sawah dan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan objek yang sama.

3. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan dan informasi untuk pemerintah maupun pihak lain dalam upaya untuk membuat kebijakan dalam rangka untuk menyelesaikan permasalahan yang sering terjadi di petani khususnya petani padi sawah di Desa Seuneubok Cantek, Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang.

4. Bagi petani

Penelitian ini diharapkan dapat membantu petani dalam meningkatkan produksi usahatani padi sawah, sehingga dapat membantu petani dalam mengambil keputusan terbaik untuk mencapai kesejahteraan hidupnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tantri Muliani, 2019 dengan penelitiannya yang berjudul “Strategi Peningkatan Produktivitas Padi di Desa Wonorejo Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu timur” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi peningkatan produktivitas padi di Desa Wonorejo Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Penentuan sampel dilakukan dengan metode Random sampling dengan keseluruhan populasi 285 dengan mengambil 10% dari populasi diperoleh 30 orang petani. Analisis data yang digunakan analisis regresi berganda dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua faktor-faktor memberikan pengaruh yang nyata terhadap produktivitas padi tetapi secara farsial atau signifikan hanya faktor produksi yakni pupuk (X2) dan Tenaga kerja (X4). Nilai standard error terdapat pada variabel tenaga kerja yang dinyatakan bahwa variabel tenaga kerja adalah variabel utama dari dua variabel yang signifikan. Hasil dari penentuan grand strategi (SWOT), diperoleh hasil dari peta posisi kekuatan peningkatan produktivitas padi di Desa Wonorejo Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur berada di Kuadran I, dimana Strategi peningkatan produksi padi yang dapat diterapkan berupa: memanfaatkan luas lahan demi mengoptimalkankan hasil produksi padi.

Rizal Fachlevi, Agussabti, Ismayani, 2018 Dengan penelitiannya yang berjudul “Optimalisasi dan strategi peningkatan produksi padi lahan sawah baru di kabupaten aceh timur” . Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi optimalisasi dan strategi peningkatan produksi padi lahan sawah baru di Kabupaten Aceh Timur. Melalui penggunaan analisa Cob-

Dooglas, SWOT dan QSPM, hasil penelitian menunjukkan bahwa pupuk urea, pupuk kalium, pupuk kandang, pestisida dan biaya tenaga kerja memiliki pengaruh positif terhadap optimalisasi produksi padi dilahan cetak sawah baru dengan tingkat pengaruh yang sangat kuat, secara serempak variabel produksi berpengaruh terhadap optimalisasi produksi padi dilahan cetak sawah baru, sedangkan secara parsial benih, pupuk urea, biaya pupuk kandang, dan biaya tenaga kerja yang memberikan pengaruh nyata. Terdapat 14 strategi untuk meningkatkan produksi padi pada lahan sawah baru di Kabupaten Aceh Timur, dan 5 urutan prioritas program yaitu: 1) Meningkatkan kemampuan SDM penyuluh dan petani, 2) Memperkuat kebijakan, peraturan untuk mendukung produksi tanaman pangan, 3) Membuka areal sawah baru dan program intensifikasi, 4) Melakukan kemitraan, petani, akademisi, penyuluh, lembaga pemerintah, lembaga keuangan, penyedia input dan lembaga penunjang, 4) Meningkatkan peran generasi muda di subsektor produksi tanaman pangan.

Ade Firmansyah Tanjung, 2018 Dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Peningkatan pendapatan petani sawah di kabupaten labuhan batu” Tujuan penelitian ini adalah untuk menghitung besarnya pendapatan petani padi sawah di daerah penelitian. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pendapatan di daerah penelitian, untuk menentukan strategi peningkatan pendapatan di daerah penelitian. Adapun metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian diperoleh, 1). besarnya pendapatan petani padi sawah di daerah penelitian adalah rata-rata 6.607.911/Musim tanam, dengan jumlah rata-rata produksi berjumlah 2.936 kg/Musim tanam. 2). Faktor-faktor kekuatan terdiri dari motivasi petani,

pengalaman petani, kesesuaian lahan sawah, tingkat adopsi teknologi.3)faktorfaktor kelemahan terdiri dari kekurangan modal, penggunaan pupuk yang kurang maksimal, luas lahan yang masih sempit, dinamika kelompok tani.4).faktor-faktor peluang terdiri dari adanya akses kredit, kemudahan ketersediaan bibit dan pupuk, ketersediaan sarana bantuan produksi, dukungan pemerintah dalam pembangunan benteng air asin dan faktor-faktor ancaman terdiri dari musim (curah hujan), kenaikan harga input, tenaga kerja luar keluarga, serangan hama dan penyakit.

Muhammad Abdullah, 2018 dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Peningkatan Produksi Komoditas Padi Sawah di Kabupaten Halmahera Timur” Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan kondisi dan potensi produksi komoditas padi padi sawah, menganalisis kendala faktor pendorong dan penghambat serta merumuskan strategi peningkatan produksi komoditas padi sawah di Kabupaten Halmahera Timur. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi peningkatan produksi komoditas padi sawah di Kabupaten Halmahera Timur yaitu (a) peningkatan akses pasar, informasi, dan promosi, (b) meningkatkan pemanfaatan sumber daya lahan secara maksimal, (c) Meningkatkan pengelolaan air irigasi dengan baik, (d) meningkatkan fungsi gapoktan, (e) meningkatkan mitra usaha untuk mengurangi biaya produksi, (f) meningkatkan pelatihan dan penyuluhan kepada petani dalam memanfaatkan teknologi produksi tepat guna, (g) melakukan sekolah lapang bagi petani, (h) peningkatan pengelolaan air irigasi secara maksimal ke seluruh daerah persawahan, (i) mengurangi alih fungsi lahan dengan memberi

modal ke petani,(j) petani harus memakai varietas adaptif terhadap iklim, (k) kebijakan pemerintah untuk menekan fluktuasi harga komoditas padi sawah.

Muhammad Sucahyo, Iskandarini, A.T Hutajulu, 2014 dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Peningkatan Produksi usahatani penangkaran benih padi bersertifikat” Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan produksi usaha tani penangkaran benih padi. Serta menganalisis strategi peningkatan produksi usaha tani penangkaran benih padi di Desa Tumpatan nibung Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor internal dan faktor eksternal dalam peningkatan produksi penangkaran benih padi di daerah penelitian terdiri dari kualitas fisik produksi yang sangat baik, pemanfaatan teknologi yang baik, kepercayaan pembeli gabah sangat tinggi, bahan baku benih tersedia ketika musim tanam. Ketersediaan lahan yang minim, modal usaha tani, sarana prasarana produksi yang minim. adanya penyuluh yang aktif, permintaan benih sangat tinggi, pemerintah sangat mendukung kesejahteraan petani. perubahan iklim dan cuaca, tidak adanya lembaga keuangan dengan kredit ringan, adanya alih fungsi lahan. Strategi yang diperoleh adalah strategi diversifikasi atau strategi ST (Strengths – Threats) yaitu menggunakan kekuatan untuk meminimalkan ancaman yang ada.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi

Konsep strategi dan perencanaan strategi yang harus di formulasikan agar dapat mencapai tujuan dan terus mengalami perkembangan dalam jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas sumber daya manusia dan alam.

Rangkuti (2015) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a) *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik di bandingkan dengan pesaingnya.
- b) *Competitive Advantage* adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul di bandingkan dengan pesaingnya.

Dua faktor itu menyebabkan koperasi dapat lebih unggul di bandingkan dengan pesaingnya.

Identifikasi *Distinctive Competence* meliputi:

- a. Keahlian tenaga kerja
- b. Kemampuan sumber daya

Competitive Advantage, Menurut Rangkuti (2015), ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu:

- a. *Cost Leadership*
- b. Diferensiasi
- c. Focus

Tipe-tipe Strategi dapat di kelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.

A. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi

pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

B. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali kembali suatu divisi baru atau strategi disvestasi, dan sebagainya.

C. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Strategi merupakan suatu rencana yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan (Pearce. R 1997). Sebagaimana telah diketahui bahwa strategi memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten dengan memungkinkan fleksibilitas untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Strategi tersebut dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi yaitu:

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi integrasi vertikal merupakan suatu strategi yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas distributor, pemasok, dan pesaing misalnya dengan melakukan merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri. Adapun strategi utamanya ialah; strategi integrasi ke depan (*forward integration strategy*), strategi integrasi ke belakang (*backward integration strategy*), strategi

integrasi horizontal (*horizontal integration strategy*).

2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi intensif biasanya digunakan perusahaan ketika posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada saat ini akan membaik. Strategi ini memerlukan usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada. Adapun strategi utamanya ialah; strategi pengembangan pasar (*market development strategy*), strategi pengembangan produk (*product development strategy*), strategi penetrasi pasar (*market penetration*).

3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi diversifikasi dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini kurang populer karena ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan, yang mana seperti diketahui bahwa tingkat kesulitan perusahaan yang berbeda-beda. Adapun strategi utamanya ialah; strategi diversifikasi konsentrik (*concentric diversification strategy*), strategi diversifikasi konglomerat (*conglomerat diversification strategy*), strategi diversifikasi horizontal (*horizontal diversification strategy*).

4. Strategi Defensif (*Defensive Strategy*)

Strategi defensif merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada akhirnya berujung pada kebangkrutan. Adapun strategi utamanya ialah; strategi usaha patungan (*joint venture strategy*), strategi pengurangan biaya (*retrenchment strategy*), strategi divestasi (*divestiture strategy*), strategi likuidasi (*liquidation strategy*).

2.2.2 Padi (*Oryza sativa*)

Padi (*Oryza sativa*) merupakan salah satu tanaman budidaya terpenting dalam peradaban. Sejak lahir peradaban manusia, pertanian memainkan peran sebagai suatu kegiatan yang sangat esensial dalam menopang hidup dan kehidupan manusia. Sektor ini merupakan satu-satunya sektor yang sangat bergantung pada sumber daya lahan, air, iklim dan ekosistem disekitarnya. Mengingat keadaan iklim, struktur tanah dan air di setiap daerah berbeda maka jenis tanaman padi di setiap daerah umumnya berbeda. Perbedaan tersebut umumnya terletak pada usia tanaman, jumlah hasil mutu beras, dan ketahanan terhadap hama dan penyakit. Tanaman padi pada umumnya berumur 100 – 110 hari setelah tanam tergantung pada varietas yang akan ditanam dan produktivitas hasil mencapai 6 – 7,8 ton perhektar (Suryana, 2003. Dalam Abdul 2016).

Petani tradisional umumnya menanam padi hanya berdasarkan pengalaman, karena pengetahuan yang terbatas maka satu jenis padi ditanam terus menerus dalam suatu lahan. Pola tanam yang demikian bukan cara yang baik, terutama terhadap kemungkinan besar serangan hama dan penyakit. Adapun jenis padi yang diusahakan oleh petani yaitu :

1. Padi sawah, yaitu padi yang ditanam di sawah, yaitu lahan yang cukup memperoleh air. Padi sawah pada waktu tertentu memerlukan genangan air, termasuk sejak musim tanam sampai mulai berbuah.
2. Padi kering yaitu jenis padi yang tidak membutuhkan banyak air sebagaimana padi sawah. Bahkan padi kering ini dapat tumbuh hanya mengandalkan curah hujan (Rosyidi, 1998. Dalam Abdul 2016).

2.2.3 Produksi

Produksi adalah sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan baik yang berbentuk barang (goods) maupun jasa (service) dalam suatu periode waktu yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah bagi perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2014) jika ditelaah lebih lanjut, pengertian produksi dapat ditinjau dari dua sudut, yaitu :

1. Pengertian produksi dalam arti sempit, yaitu mengubah bentuk barang menjadibarang baru, ini menimbulkan form utility.
2. Pengertian produksi dalam arti luas, yaitu usaha yang menimbulkan kegunaan karena *place,time*, dan *possession*.

Assauri, (1978) dalam Imam Santoso (2011) mengemukakan produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) suatu barang atau jasa.

Menurut Murti Sumarti dan Jhon Soeprihanto memberikan pengertian produksi adalah semua kegiatan dalam menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa, dimana untuk kegiatan tersebut diperlukan faktor-faktor produksi.” (Sumiarti, Murti ,1987)

2.2.4 Usahatani

Usahatani adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana seseorang mengalokasikan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien untuk memperoleh keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu. Dikatakan efektif bila petani dapat mengalokasikan sumber daya yang dia miliki sebaik-baiknya, dan dapat dikatakan efisien bila pemanfaatan sumberdaya tersebut mengeluarkan output yang melebihi input, (Soekartawi,1995).

Usahatani merupakan pertanian rakyat dari perkataan farm adalah bahasa Inggris. Dr. Mosher memberikan definisi farm sebagai suatu tempat atau sebagian dari permukaan bumi dimana pertanian diselenggarakan oleh seseorang petani tertentu, apakah dia seorang pemilik, penyakap atau manejer yang digaji. Atau usahatani adalah himpunan dari sumber-sumber alam yang terdapat di tempat itu yang diperlukan untuk memproduksi pertanian seperti tanah dan air, perbaikan-perbaikan yang dilakukan atas tanah itu, sinar matahari, bangunan-bangunan yang didirikan diatas tanah itu dan sebagainya (Khariyah Darwis, 2013).

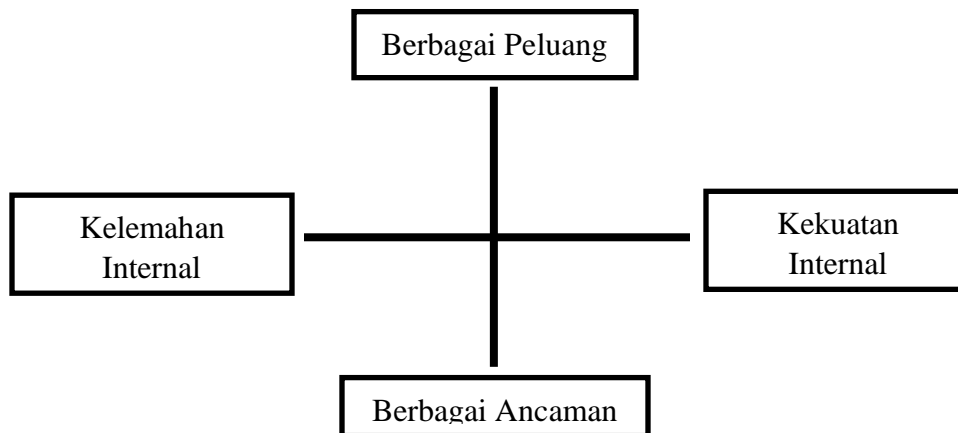
Ernois, (2012) Secara garis besar terdapat dua jenis usahatani yang telah kita kenal yaitu usahatani keluarga (family faming) dan perusahaan pertanian (plantation). Pada dasarnya usahatani berkembang terus dari awal hanya bertujuan menghasilkan bahan pangan untuk kebutuhan keluarga sehingga hanya merupai usahatani swasembada atau subsintence.

2.3 Analisis SWOT

Rangkuti (2015) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) namun bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan Ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Dengan demikian, perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis dalam kondisi saat ini.

2.3.1 Cara Membuat Analisis SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Berikut Gambar SWOT.



Gambar 1. SWOT

Rangkuti (2014) Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat

menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3. Matriks SWOT (Strengths-Weakness-Opportunity-Treats)

Sumber: Rangkuti, 2015.

IFAS EFAS	STRENGTH(S) Tentukan 5- 10 faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESS(W) 0,30 tentukan 5-10 kekuatan internal
OPPORTUNITIES(O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI (S-O) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang	STRATEGI (W-O) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan Peluang
THREATS(T) Ancaman Faktor Eksternal Perusahaan	STRATEGI (S-T) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (S-O) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2015.

1. Cara Perhitungan Bobot dan Rating dalam SWOT Matrix

Setelah indikator-indikator SWOT ditentukan, langkah pertama adalah menentukan bobot, rating, dan score. Bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dengan skala 1 sampai 5 (1 = tidak penting, 5 = sangat penting).

Langkah kedua adalah menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan. Kemudian dihitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%. Dengan cara yang sama dihitung bobot. Dan bobot relatif untuk peluang dan ancaman.

Langkah ketiga adalah menentukan rating. Rating adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun kedepan). Nilai rating untuk variabel kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 kalau kemungkinan indikator tersebut kenerjanya semakin menurun di bandingkan

pesaing utama. Di beri nilai 2 kalau indikator itu kinerjanya sama dengan pesaing utama. Sedangkan diberi nilai 3 dan 4, kalau indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama. Semakin tinggi nilainya artinya kinerja indikator tersebut tahun depan akan semakin baik dibandingkan pesaing utama. Nilai rating variabel kelemahan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 kalau indikator tersebut semakin banyak kelemahannya dibandingkan pesaing utama. Sebaliknya diberi nilai 4 kalau kelemahan indikator tersebut semakin menurun dibandingkan pesaing utama. Pada tahun depan. Artinya pemberian nilai rating untuk variabel kelemahan atau variabel ancaman berkebalikan dengan pemberian nilai rating untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

Nilai score diperoleh berdasarkan hasil nilai bobot dikali nilai rating. Total nilai score untuk internal factor menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya mendekati 4, semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya.

Begitu juga dengan total nilai score untuk faktor internal. Semakin total nilai score mendekati 1, semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluang. Sedangkan apabila total nilai score mendekati 4, artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancaman.

Gabungkan kedua kondisi internal dan eksternal ini selanjutnya kita masukkan dalam internal external matrix, sehingga kita mengetahui posisi persaingan yang akan terjadi pada kotporat, unit bisnis, maupun produk yang kita akan analisis. Berdasarkan posisi ini kita dapat menentukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tahun depan (Freddy Rangkuti 2016).

2. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Dalam upaya meningkatkan pangsa pasar yang dimiliki, PT X perlu melakukan analisis kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi kondisi perusahaannya. Selanjutnya, perusahaan perlu melakukan evaluasi kembali terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan selama ini, sehingga mampu memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang ada serta mampu meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang dihadapi. Bila strategi pemasaran dapat dilakukan dengan tepat, maka diharapkan perusahaan mampu meningkatkan pangsa pasarnya, sehingga keuntungan yang diperoleh dapat meningkat pula.

Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam kendali organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan (David F.R, 2004).

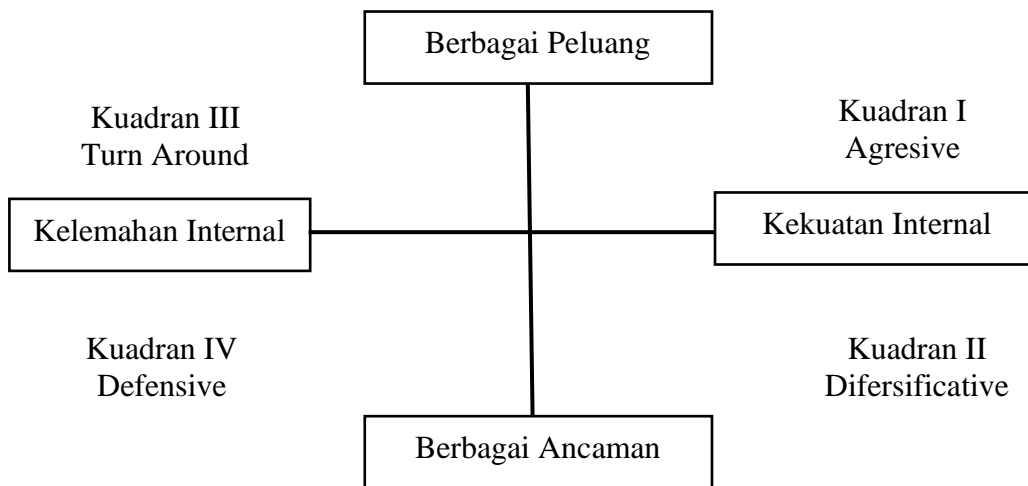
3. IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*)

Penentuan peringkat didasarkan pada efektivitas strategi perusahaan. Peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan yang memiliki peringkat 4 menunjukkan bahwa perusahaan merespon peluang, ancaman, kekuatan ataupun kelemahan dengan sangat bagus/luar biasa. Peringkat 3 : perusahaan merespon diatas rata-rata, peringkat 2 : perusahaan merespon rata-rata/biasa, sedangkan peringkat 1 direspon kurang baik/dibawah rata-rata.

4. Pembuatan Matriks SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2005), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan

logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.



Gambar 2. Diagram SWOT

Sumber: Rangkuti (2009)

Keterangan :

Kuadran I :

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran II :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan Kuadran III Turn around Kuadran II Difersificative Kuadran IV Defensive Kuadran I Agresive Berbagai Peluang Kelemahan Internal Kekuatan Internal Berbagai

Ancaman kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa).

Kuadran III :

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

6. Matriks SWOT

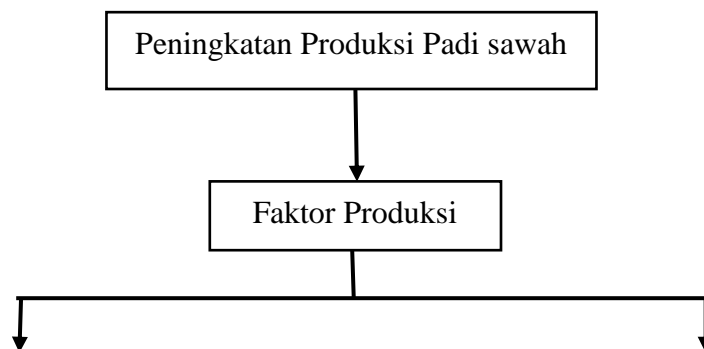
Matriks SWOT merupakan kombinasi dari daftar yang ada pada matriks IFE dan EFE yang digunakan untuk menyusun alternatif strategi perusahaan untuk mengembangkan usaha. Analisis SWOT digambarkan ke dalam Matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan – peluang (S-O strategies), strategi kelemahan – peluang (W-O strategies), strategi kekuatan - ancaman (S-T strategies), strategi kelemahan – ancaman (W-T strategies).

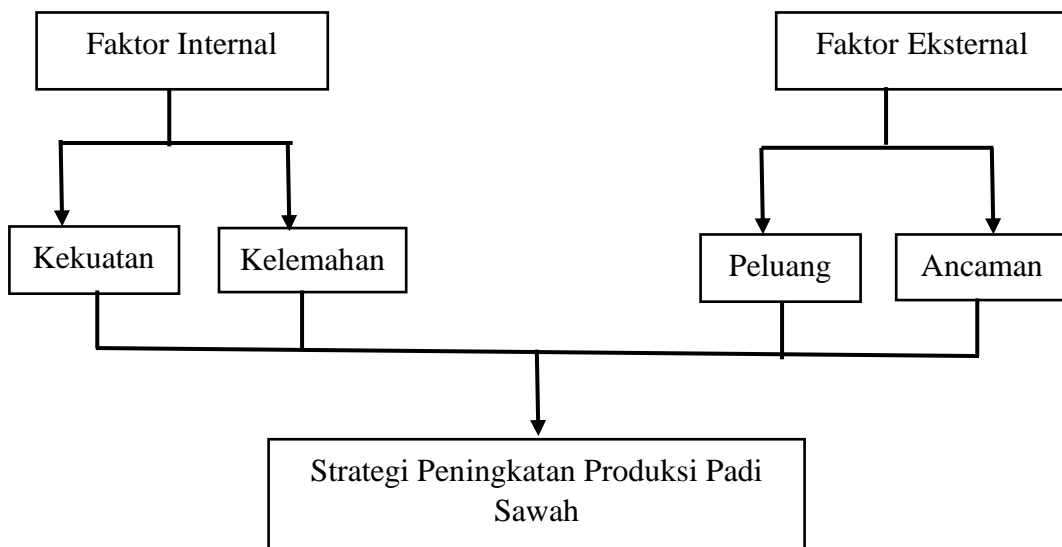
2.4 Kerangka Berpikir

Produksi usahatani padi sawah tidak terlepas dari faktor-faktor produksi, yakni . Luas Lahan, Benih, Pupuk, Pestisida, Tenaga Kerja. Setelah dilakukan pengumpulan data sumber faktor produksi di Desa Seuneubok Cantek, Kecamatan Manyak Payed, Kabupaten Aceh Tamiang maka dapat diidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang berkaitan dengan usahatani padi sawah. Faktor strategis internal adalah kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh daerah. Faktor strategi

eksternal adalah peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh daerah penelitian. Faktor eksternal dan faktor internal tersebut kemudian dianalisis dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi pengembangan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Kemudian dapat ditentukan strategi apa yang dapat meningkatkan produksi usahatani padi sawah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema kerangka pemikiran berikut ini:





Gambar 3. Kerangka Berpikir strategi peningkatan produksi padi sawah

—————> : Berhubungan