

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bawang merah (*Allium ascolonicum L.*) merupakan salah satu jenis hortikultura sayuran berbentuk umbi yang mempunyai banyak manfaat dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga layak untuk dikembangkan. Pengembangan agribisnis bawang merah, ke depan harus diarahkan untuk beberapa tujuan diantaranya adalah mencukupi kebutuhan konsumsi dalam negeri, memenuhi kebutuhan bahan baku industri, mengganti keberadaan bawang merah impor dan mengisi peluang pasar ekspor yang masih terbuka luas (Rukmana, 2005).

Untuk mewujudkan hal tersebut di atas perlu diterapkan beberapa strategi pengembangan bawang merah diantaranya adalah :

- a. Strategi pengembangan di lini on-farm yang mencakup penciptaan varietas unggul, penguatan sistem produksi benih, pengelolaan hara dan air terpadu, pengendalian hama dan penyakit terpadu, serta perbaikan mutu dan daya simpan produk.
- b. Strategi pengembangan di lini off-farm yang diawali dengan perbaikan teknologi pengolahan untuk mendukung pengembangan industri hilir bawang merah (skala rumah tangga maupun industri), misalnya industri bawang goreng, bubuk bawang merah, tepung bawang merah, minyak bawang merah, pasta, dan bahan olahan bawang merah yang lain.
- c. Strategi pengembangan di lini kebijakan pemerintah yang mencakup: dukungan kebijakan perlindungan harga produsen termasuk proteksi bea masuk

atas membanjirnya bawang merah dari luar negeri, pengendalian harga untuk mengurangi fluktuasi harga, permodalan kredit lunak dan mudah bagi petani, pengawasan dan karantina atas lalu lintas komoditas antar negara, penyediaan sarana irigasi sederhana, pengembangan sarana dan prasarana pendukung operasionalisasi kelembagaan usaha tani dan pemasaran serta jaminan keamanan dan insentif bagi calon investor.

- d. Strategi pengembangan di lini pemasaran dan perdagangan yang mencakup pengembangan unit usaha bersama (koperasi atau usaha berbadan hukum lainnya) serta pengembangan sistem informasi (harga penawaran dan permintaan produk) untuk mendukung upaya menangkap peluang pasar (Balitbang, Deptan 2007).

Pengembangan pasar bawang merah harus dilakukan sejalan dengan perkembangan di sisi on-farm, sehingga dapat bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Langkah strategis pengembangan pasar yang didukung oleh kebijakan pemerintah, terutama menyangkut pemberian kredit usaha mikro, kecil, dan menengah dapat mengarah pada peningkatan efisiensi pemasaran bawang merah, langkah-langkah strategis di berbagai lini di atas pada dasarnya diarahkan untuk meningkatkan efisiensi produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran bawang merah.

Salah satu daerah yang mengembangkan komoditas bawang merah di Sumatera Utara adalah Kabupaten Dairi, Dimana hal tersebut dapat di ketahui dalam tabel 1 berikut :

Tabel 1. Luas panen dan produksi bawang merah di Kabupaten Dairi dari tahun 2017-2021

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)
2021	541	4.3236
2020	512	3.7491
2019	432	2.8197
2018	407	2.3637
2017	380	2.5697

Sumber : BPS Kabupaten dairi dalam angka diolah

Dari tabel 1 diatas dapat lihat bahwa luas panen pada tahun 2017 ke tahun 2021 meningkat hingga 2 kali lipat, Hal tersebut menandakan bahwa komoditas bawang merah di Kabupaten Dairi mulai berkembang dan dapat di berdayakan dengan maksimal, Walaupun pada tahun sebelumnya mengalami fluktuasi.

Salah satu sentra produksi bawang merah di Sumatera Utara terletak di kabupaten Dairi. Berikut data yang disajikan yang merupakan beberapa kecamatan dengan luas panen dan produksi bawang merah di Kecamatan Dairi, dapat di lihat dalam tabel 2 berikut :

Tabel 2. Luas panen dan produksi bawang merah di Kecamatan Dairi Tahun 2018.

Kecamatan	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)
Sidikalang	2.00	10.25
Sitinjo	11.00	56.29
Parbuluan	9.00	46.15
Sumbul	15.00	76.62
silahisabungan	393.000	2.395 34

Sumber : BPS Sumatera Utara, Tahun 2019

Dari table diatas, dapat dilihat bahwa produksi bawang merah dengan hasil produksi tertinggi terletak di Kecamatan Silahisabungan dengan jumlah produksi 2.395,34 ton dengan luas panen 393.000 ha. Sedangkan produksi terendah ada

pada kecamatan Sidikalang dengan hasil produksi 10.25 ton dengan luas panen 2.00 ha. Rata-rata hasil produksi pada kabupaten Dairi adalah 668,31 ton. Daerah sumbul merupakan salah satu kecamatan penghasil bawang merah di Kabupaten Dairi, hal ini ditunjukkan dengan produksi yang dicapai yaitu 76,62 ton, luas panen 15 ha dan produksi 76.62 ton. Pengembangan areal pemanenan, dan produksi tanaman bawang merah di Kabupaten.

Tabel 3. Harga bawang merah di Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi Tahun 2023.

Bulan	Harga
Januari	6,000-8,000\Kg
Febuari	6,000-8,000\Kg
Maret	6,000-8,000\Kg
April	6,000-8,000\Kg
Mei	6,000-8,000\Kg
Juni	6,000-8,000\Kg
Juli	15,000-20,000\Kg
Agustus	15,000-20,000\Kg
September	15,000-20,000\Kg
Oktober	25,000-30,000\Kg
November	25,000-30,000\Kg
Desember	25,000-30,000\Kg

Sumber :Kantor desa Tanjung Beringin

Untuk meminimalisir fluktuasi harga sayuran khususnya bawang merah, perlu dilakukan upaya pengembangan pasar pertanian atau sentra yang lebih tersebar di tingkat daerah, seperti pemerintah daerah mulai mengembangkan budidaya bawang merah dikecamatan Sumbul untuk menunjukkan efektivitasnya dalam mendorong pasar nasional. Perkembangan baru agroindustri bawang merah

dikabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara. Daerah sumbul merupakan salah satu kecamatan penghasil bawang merah di Kabupaten Dairi.

Kabupaten Dairi merupakan sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Sumatera utara. Yang dimana mayoritas pekerjaannya di sektor pertanian salah satunya berada kecamatan sumbul. Dan kabupaten dairi merupakan salah satu sentra produksi bawang merah terbesar di Sumatera Utara Indonesia. Jumlah penduduk di Kabupaten ini berjumlah 283.203 jiwa. Pusat sentra bawang merah kabupaten dairi yaitu berada dikecamatan silahisabungan.

Dinas pertanian, ketahan pangan dan perikanan Dairi menyalurkan bibit bawang merah kepada kelompok tani di beberapa Kecamatan, Bantuan bibit bawang merah tersebut berasal dari Dinas Tanaman Pangan dan hortikultura sumut. Bibit Bawang merah yang akan di budidayakan varietas batu ijo karena varietas tersebut merupakan komoditas unggulan. Kegiatan bantuan benih bawang merah merupakan bagian dari pemulihan ekonomi nasional (PEN). Penerima bantuan bibit bawang merah kelompok tani terdapat di beberapa kecamatan yaitu salah satunya adalah kecamatan Sumbul.

Desa Tanjung Beringin adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi dan sebagian besar masyarakatnya memiliki pekerjaan sebagai para petani kopi, jagung, padi, cabai dan sebagian kecilnya lagi para petani membudiyakan bawang merah.

Berdasarkan Kondisi yang sudah di jelaskan di atas Maka penelitian mengenai strategi pengembangan agribisnis komoditas bawang merah sangat penting dilakukan di Kecamatan Sumbul, karena selain masih terbatas jumlah penelitiannya juga untuk menemukan strategi bagaimana yang mendorong

usahatani bawang merah untuk meraih peluang pasar demi meningkatkan kesejahteraan petani. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal serta prioritas strategi usahatani bawang merah, Karena bawang merah merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Kendala yang dihadapi pelaku usahatani bawang merah adalah kurangnya pemahaman tentang teknis budidaya bawang merah, dan adanya fluktuasi terhadap harga pada komoditas bawang merah tersebut. Oleh karena itu, perlu ada strategi khusus untuk pengembangan agribisnis bawang merah di Kecamatan Sumbul sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani dan dapat berkontribusi terhadap pembangunan pertanian berkelanjutan.

Dari uraian di atas, penulis tertarik mengadakan Penelitian dengan memformulasikan dalam sebuah judul “Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Bawang Merah Desa Tanjung Beringin Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi ”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan bawang merah di Desa Tanjung Beringin Kecamatan Sumbul, Kabupaten Dairi ?
2. Bagaimana strategi pengembangan bawang merah di Desa Tanjung beringin kecamatan Sumbul, Kabupaten Dairi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usahatani bawang merah di Desa Tanjung Beringin Kecamatan Sumbul, Kabupaten Dairi ?
2. Untuk menyusun strategi pengembangan usahatani bawang merah di Desa Tanjung Beringin Kecamatan Sumbul, Kabupaten Dairi ?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dan kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis mengenai strategi pengembangan usahatani bawang merah, dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
2. Bagi pembaca, Sebagai pengetahuan dan informasi serta referensi untuk mengetahui strategi pengembangan usahatani bawang merah dan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan objek yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Tanaman Bawang Merah

Bawang merah (*Allium ascallonicum* L) termasuk kedalam family liliales. Secara morfologi tanaman bawang merah pada umumnya terdiri dari: akar, batang, daun, bunga, buah, biji dan umbi. Bawang merah berakar serabut dengan sistem perakaran dangkal dan bercabang terpencah pada kedalaman 15-30 cm di dalam tanah.

Membedakan jenis bawang merah yang satu dengan jenis yang lainnya biasanya didasarkan pada adanya perbedaan sifat dan ciri-cirinya misalnya bentuk, ukuran, warna, kekenyalan, dan aroma umbi. Perbedaan lainnya adalah umur tanaman, ketahanan terhadap penyakit, ketahanan terhadap hujan dan sebagainya (Tim Bina Karya Tani, 2008).

1. Bibit atau benih

Faktor benih memegang peranan yang penting untuk menunjang keberhasilan produksi tanaman bawang merah . Penggunaan benih yang bermutu tinggi merupakan langkah awal peningkatan produksi dalam penggunaan benih pililah yang bermutu tinggi, yaitu benih yang bebas dari hama dan penyakit serta berasal dari tanaman yang sehat dan varietas unggul (Mohamad 2016).

Bibit yang berkualitas tinggi memiliki daya tumbuh lebih dari 90% dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Memiliki viabilitas atau dapat mempertahankan kelangsungan pertumbuhan menjadi tanaman bibit unggul.

b. Memiliki kemurnian yang artinya terbebas dari kotoran bibit jenis lain, bebas dari hama dan penyakit .

Bibit benih adalah salah satu faktor produksi yang habis satu kali pakai proses produksi. Oleh karena dari itu petani harus lebih berhati-hati dalam memilih benih bawang merah agar dapat diperoleh benih yang baik dan bermutu yang dapat menunjang produksi baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

2. Pupuk

Pupuk merupakan bahan yang memberikan zat makanan kepada tanaman. Pemberian pupuk yang tepat akan menghasilkan produk yang berkualitas. Jumlah pupuk yang digunakan juga mempengaruhi tingkat produksi tanaman hal ini terkait pada tingkat kesuburan lahan agar tanaman dapat tumbuh dan berproduksi dengan optimal. Pupuk yang sering di gunakan adalah pupuk organik dan anorganik, pupuk organik adalah pupuk yang berasal penguraian bagian-bagian atau sisa tanaman dan binatang misalnya pupuk kandang, kompos, pupuk hijau. Sementara pupuk anorganik atau pupuk buatan merupakan pupuk yang telah mengalami proses di pabrik yaitu urea, KCL dan TSP.

3. Pestisida

Pestisida merupakan bahan-bahan yang dapat membunuh organisme pengganggu tanaman (hama, penyakit, gulma). Bahan ini dapat berupa zat kimia, mikroorganisme, maupun bahan tanaman lainnya penggunaan pestisida ini sangat dibutuhkan untuk menjaga produksi tanaman. Pestisida pada hakikatnya merupakan racun apabila pemakaiannya terlalu banyak dan akan bersifat merugikan, petani menggunakan pestisida untuk membantu program intensifikasi

dalam rangka mengatasi masalah hama dan penyakit yang menyerang tanaman pertanian (Pahan, 2012).

4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dalam sebuah usaha tani cukup berperan untuk mendukung aktivitas usaha tersebut dilihat dari fungsi produksi suatu usaha tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang dapat menghasilkan produksi secara optimal dan skil sangat diperlukan dalam pengelola usaha pertanian bahwa tenaga kerja salah satu unsur penentu terutama bagi usaha tani yang sangat tergantung (Yogatama. 2019).

Agroindustri sebagai pengolahan sumber bahan baku yang bersumber dari tanaman ataupun hewan. Dengan demikian bahwa kegiatan atau proses agroindustri merupakan upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk, menghasilkan produk yang dapat dipasarkan, dapat digunakan atau dapat dimakan, meningkatkan daya simpan, menambah pendapatan dan keuntungan bagi produsen (Soekarwati, 2007).

Sektor pertanian sebetulnya mempunyai kaitan erat dengan sektor industri. Karena sektor pertanian menghasilkan bahan mentah yang pada gilirannya harus diolah oleh industri menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dan sebaliknya sektor industri diharapkan mampu menghasilkan sendiri berbagai macam sarana produksi yang sangat diperlukan oleh industri pengolah pertanian, meliputi usaha yang mengolah bahan baku menjadi komoditi yang secara ekonomi menambah tinggi nilainya (Syafa'at, 2003).

Pengembangan suatu usaha sangat bergantung pada tersedianya sumberdaya, tetapi sumberdaya ini sangat terbatas jumlahnya sehingga produksi

atau keuntungan yang dihasilkan juga terbatas. Sumber daya yang merupakan faktor yang penting dalam suatu usaha adalah lahan, modal, tenaga kerja dan sarana produksi (Andri, 2018).

2.1.2 Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah kumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang dibuat manajemen puncak demi mencapai tujuan organisasi yang mencakup perumusan, implementasi dan evaluasi rencana strategi.

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disiratkan oleh definisi ini, manajemen strategi berfokus pada usaha untuk mengintegritaskan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Jadi manajemen strategi adalah suatu perumusan atau tindakan yang berfokus pada tujuan manajemen didalam perusahaan atau organisasi (David, 2011:5).

2.1.3 Strategi Pengembangan Agribisnis

Tujuan utama strategi dalam setiap kegiatan adalah mencapai keberhasilan, ada beberapa elemen strategi yang harus dipenuhi. Pertama, tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten dan berjangka panjang. Kedua, pengertian mendalam terhadap lingkungan persaingan. Ketiga, penilaian objektif terhadap sumberdaya dan implementasi yang efektif (Toguria, 2013).

Agribisnis adalah salah satu kesatuan sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yang saling terkait erat, yaitu : subsistem penyediaan sarana produksi (saprodi), subsistem usahatani (produksi), subsistem pasca panen dan pengolahan, subsistem pemasaran, subsistem jasa dan penunjang (Kusumayana, 2016).

Hermawan (2008) menjelaskan bahwa, agribisnis merupakan seperangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Disini dapat diartikan bahwa agribisnis terdiri dari berbagai subsistem yang tergabung dalam rangkaian interaksi dan interpedensi secara reguler, serta terorganisir sebagai suatu totalitas. Adapun subsistem-subsistem tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Subsistem Penyediaan Sarana Produksi

Subsistem penyediaan sarana produksi menyangkut kegiatan pengadaan dan penyaluran. Kegiatan ini mencakup Perencanaan, pengelolaan dari sarana produksi, teknologi dan sumberdaya agar penyediaan sarana produksi atau input usahatani memenuhi kriteria tepat waktu, tepat jumlah, tepat jenis, tepat mutu dan tepat produk.

b. Subsistem Usahatani atau Proses Produksi

Subsistem ini mencakup kegiatan pembinaan dan pengembangan usahatani dalam rangka meningkatkan produksi primer pertanian. Termasuk kedalam kegiatan ini adalah perencanaan pemilihan lokasi, komoditas, teknologi, dan pola usahatani dalam rangka meningkatkan produksi primer. Dalam proses produksi tersebut, usahatani ditekankan agar intensif dan sustainable (lestari), artinya meningkatkan produktivitas lahan semaksimal mungkin dengan cara intensifikasi tanpa meninggalkan kaidah-kaidah pelestarian sumber daya alam yaitu tanah dan

air. Disamping itu juga ditekankan usahatani yang berbentuk komersial bukan usahatani yang subsistem, artinya produksi primer yang akan dihasilkan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam artian ekonomi terbuka.

c. Subsistem Pengolahan Hasil

Lingkup kegiatan ini tidak hanya sekedar aktivitas pengolahan sederhana di tingkat petani, tetapi juga menyangkut keseluruhan kegiatan mulai dari penanganan pasca panen produk pertanian sampai pada tingkat pengolahan lanjutan, dengan maksud untuk menambah value added (nilai tambah) dari produksi primer tersebut. Dengan demikian proses pengupasan, pembersihan, pengestraksian, penggilingan, pembekuan, pengeringan, dan peningkatan mutu.

d. Subsistem Pemasaran

Subsistem pemasaran mencakup pemasaran hasil-hasil usahatani yang di mulai dari pengemasan, penggudangan, pengangkutan, penyimpanan dan memasarkan hasil-hasil pertanian.

e. Subsistem Penunjang

Subsistem agribisnis yang terakhir adalah subsistem penunjang agribisnis, yakni seluruh kegiatan yang menyediakan jasa bagi agribisnis seperti lembaga keuangan, lembaga penelitian dan pengembangan, lembaga transportasi, lembaga pendidikan serta adanya regulasi pemerintah yang mendukung petani dan lain sebagainya. Subsistem–subsistem tersebut dikembangkan melalui manajemen agribisnis yang baik, tercakup dalam satu sistem yang utuh dan terkait. Subsistem ini merupakan penunjang kegiatan pra panen dan pasca panen yang meliputi :
Sarana Tataniaga, Perbankan/perkreditan, Penyuluhan Agribisnis, Gapoktan

Infrastruktur Agribisnis, Koperasi Agribisnis, BUMN, Swasta, Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, Transportasi Kebijakan Pemerintah.

2.1.4 Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2015), pengembangan agribisnis bawang merah pada lima tahun mendatang diarahkan untuk mencukupi kebutuhan konsumsi dalam negeri, perakitan varietas unggul, penguatan sistem produksi benih sumber, pengelolaan hara dan air terpadu, pengendalian hama penyakit terpadu, serta perbaikan mutu dan daya simpan produk. Prioritas pengembangan menitikberatkan pada perbaikan varietas serta didukung oleh percepatan diseminasinya kepada pengguna, langkah-langkah strategis tersebut diarahkan untuk meningkatkan efisiensi usahatani bawang merah dan daya saing produk.

Dalam usaha meningkatkan produksi bawang merah, pengembangan sistem agribisnis merupakan alternatif kebijaksanaan yang tepat. Toguria (2013), menjelaskan bahwa sistem agribisnis merupakan sistem usaha pertanian dalam arti luas tidak hanya dilaksanakan secara subsistem melainkan dalam satu sistem dan agribisnis adalah suatu usaha tani dalam bidang usaha bisnis pertanian dengan orientasi keuntungan. Salah satu upaya yang dapat ditempuh agar dapat meningkatkan pendapatan usahatani bawang merah adalah dengan penerapan konsep pengembangan sistem agribisnis bawang merah secara terpadu yaitu sistem agribisnis yang terdiri dari subsistem penyediaan sarana produksi, subsistem produksi, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran dan subsistem lembaga pendukung yang meliputi lembaga keuangan, transportasi, penyuluhan,

layanan informasi agribisnis penelitian dan pengembangan, kebijakan pemerintah, koperasi dan lain-lain.

Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2015) menjelaskan Pengembangan agribisnis bawang merah pada lima tahun mendatang diarahkan untuk mencukupi kebutuhan konsumsi dalam negeri, memenuhi kebutuhan bahan baku industri, substitusi impor, dan mengisi peluang pasar ekspor. Strategi yang ditetapkan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut meliputi :

1. Strategi pengembangan di lini on-farm mencakup: perakitan varietas unggul, penguatan sistem produksi benih sumber, pengelolaan hara dan air terpadu, pengendalian hama penyakit terpadu, serta perbaikan mutu dan daya simpan produk. Berdasarkan prioritas pengembangan yang menitikberatkan pada perbaikan varietas serta didukung oleh percepatan diseminasinya kepada pengguna, langkah-langkah strategis tersebut diarahkan untuk meningkatkan efisiensi usahatani bawang merah dan daya saing produk.
2. Strategi pengembangan di lini off-farm yang diawali dengan perbaikan teknologi pengolahan untuk mendukung pengembangan industri hilir bawang merah (skala rumah tangga maupun industri), misalnya industri irisan kering, irisan basah/utuh, acar, bawang goreng, bubuk bawang merah, tepung bawang merah, oleoresin, minyak bawang merah, pasta dsb. Pengembangan industri hilir diarahkan untuk meningkatkan efisiensi pengolahan bawang merah.
3. Strategi pengembangan di lini pemasaran dan perdagangan yang mencakup pengembangan unit usaha bersama (koperasi atau usaha berbadan hukum lainnya) serta pengembangan sistem informasi (harga penawaran dan permintaan produk) untuk mendukung upaya menangkap peluang pasar.

Pengembangan pasar bawang merah harus dilakukan sejalan dengan perkembangan di sisi on-farm. sehingga manfaat penuh bagi produsen dan konsumen dapat tercapai. Langkah strategis pengembangan pasar yang didukung oleh kebijakan pemerintah, terutama menyangkut pemberian skim kredit usaha mikro kecil dan menengah dapat mengarah pada peningkatan efisiensi pemasaran bawang merah.

4. Strategi pengembangan di lini kebijakan pemerintah yang mencakup: dukungan kebijakan perlindungan harga produsen termasuk proteksi bea masuk atas membanjirnya bawang merah dari luar negeri, pengendalian harga untuk mengurangi fluktuasi harga, permodalan skim kredit lunak dan mudah bagi petani, pengawasan karantina atas lalu lintas komoditas antar negara, penyediaan sarana pengairan/irigasi sederhana, pengembangan sarana dan prasarana pendukung operasionalisasi kelembagaan usahatani dan pemasaran serta jaminan keamanan dan insentif bagi calon investor. Berbagai dukungan kebijakan tersebut terutama diarahkan untuk menciptakan lingkungan kondusif bagi peningkatan investasi dan perbaikan distribusi.

Hermawan (2008) menjelaskan bahwa, salah satu faktor utama yang dapat menentukan keberhasilan usaha peningkatan produksi bawang merah adalah ketersediaan benih/benih bermutu. Produsen benih bawang merah di sentra-sentra produksi biasanya adalah petani yang memiliki skala usaha relatif luas atau petani individual yang menyisihkan sebagian hasil panen untuk digunakan sebagai benih musim tanam berikutnya. Beragamnya pengetahuan serta teknologi perbenihan yang berkembang dalam system tersebut menyebabkan terjadinya variasi mutu benih yang tinggi. Secara umum, variasi mutu benih/benih dapat mengarah pada

pencapaian produktivitas yang cenderung di bawah potensi hasil. Observasi lapangan juga mengindikasikan bahwa sistem ini secara tidak langsung memungkinkan terjadinya fluktuasi harga benih yang sangat tajam. Sistem produksi benih non-formal dikenal sebagai jaringan arus benih antar lapangan dan musim. Sistem ini menghasilkan benih yang tidak bersertifikat. Benih yang diproduksi melalui sistem non-formal ditujukan untuk memenuhi kebutuhan petani dengan orientasi pasar tradisional yang belum menuntut persyaratan mutu. Menyadari kenyataan tersebut, alternatif pemecahan masalah benih yang dapat ditempuh adalah memperbaiki kinerja sistem perbenihan informal atau di tingkat petani.

2.1.5 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan merupakan penilaian lingkungan secara menyeluruh dan akurat, baik itu lingkungan eksternal maupun internal. Dalam merumuskan strategi yang mengarah kepada kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) yang terdapat dalam perusahaan, analisis lingkungan internal merupakan input yang sangat penting. Perubahan dalam lingkungan internal dapat dilihat karena masih berada dalam lingkungan perusahaan. Analisis lingkungan internal meliputi beberapa fungsi yang mendukung kelancaran aktivitas perusahaan, fungsi tersebut ialah produksi atau operasi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen sebagai suatu kekuatan dan kelemahan (Iqbal, 2021).

Analisis lingkungan eksternal input yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah pada peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Treats*) produksi operasi yang berada di luar perusahaan ialah analisis lingkungan

eksternal. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi politik tuntutan konsumen, gangguan suplai, regulasi pemerintah, suku bunga, perubahan nilai tukar, budaya dan juga kondisi sosial dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Lingkungan eksternal harus lebih dicermati karena merupakan keadaan yang sulit untuk diprediksi (Iqbal, 2021).

2.1.6 Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Perumusan strategi pengembangan dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Pada tahap pengumpulan data dikumpulkan informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Informasi dasar ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Tahap analisis merupakan tahap perumusan strategi yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang, meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matriks SWOT terdiri dari empat sel faktor (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) dan empat sel alternatif strategi (Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT). Kemudian dilanjutkan dengan tahap pengambilan keputusan. Matriks tersebut dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta menghasilkan empat sel kemungkinann alternatif strategis.

2.1.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor analisis tersebut membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). Analisis kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) merupakan bagian dari analisis internal perusahaan, sedangkan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) merupakan bagian dari analisis eksternal perusahaan. Perpaduan antara analisis internal dan eksternal perusahaan digunakan untuk merumuskan dan mengambil keputusan dalam strategi manajemen yang disebut sebagai analisis SWOT. Proses analisis ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Dengan menggunakan analisis SWOT maka manajemen dapat mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang bagi perusahaan dan ancaman yang mungkin akan muncul di mana semua hal tersebut dapat membentuk strategi yang dapat digunakan untuk keberlanjutan bisnis, pengembangan arah bisnis dan bahkan keunggulan bersaing terhadap kompetitornya. Pemahaman yang baik mengenai strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangatlah penting untuk menentukan suksesnya strategi yang akan disusun, konsep-konsep tersebut antara lain meliputi *distinctive competence*: yaitu suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing, meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumberdaya. Serta *competitive advantage*: yaitu kegiatan spesifik

yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya (Siburian, 2020).

Kekuatan (*Strenghts*) adalah karakteristik yang menambah nilai pada sesuatu dan membuatnya lebih istimewa dari pada yang lain. Kekuatan berarti bahwa ada sesuatu yang lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan sesuatu yang lain. Dalam pengertian ini, kekuatan mengacu pada karakteristik positif, menguntungkan, dan kreatif. Kekuatan pada perusahaan melibatkan sifat dan kemampuan dimana suatu perusahaan memperoleh keunggulan dibandingkan perusahaan lain dan perusahaan pesaing yang terungkap sebagai hasil dari analisis lingkungan internalnya. Dengan kata lain, kekuatan perusahaan mendefinisikan karakteristik dan situasi dimana suatu perusahaan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing mereka. Suatu perusahaan dapat digambarkan sebagai kuat, setara atau lemah dibandingkan dengan pesaing mereka berdasarkan lima kriteria, yaitu: situasi pasar relatif, struktur keuangan relatif, kapasitas relatif produksi dan teknis, penelitian relatif dan potensi pengembangan, kapasitas manusia relatif dan efektivitas manajemen. Kekuatan perusahaan terdiri dari kompetensi perusahaan yang berperan aktif dalam mencapai tujuan perusahaan. Sebelum bertindak ketika menghadapi masalah atau peluang, perusahaan harus mengetahui potensi yang dimilikinya dan aspek-aspek yang membuatnya lebih menguntungkan daripada para pesaingnya. Menjadi kuat dan memiliki kekuatan sangat penting bagi suatu organisasi. Kalau tidak, peluang yang diciptakan oleh lingkungan luar tidak dapat digunakan. Selain itu, organisasi harus menjawab ancaman lingkungan luar dengan menggunakan

kekuatannya. Semua masalah ini menyoroti pentingnya kekuatan perusahaan (Siburian, 2020).

Kelemahan (*Weaknesses*) mengacu pada tidak memiliki bentuk dan kompetensi yang diperlukan untuk sesuatu. Kelemahan berarti bahwa ada sesuatu yang lebih tidak menguntungkan jika dibandingkan dengan sesuatu yang lain. Dalam hal ini, kelemahan adalah karakteristik yang negatif dan tidak menguntungkan. Kelemahan pada perusahaan mengacu pada situasi dimana keberadaan saat ini dan kapasitas kemampuan suatu perusahaan lebih lemah dibandingkan dengan perusahaan lain dan pesaing. Dengan kata lain, kelemahan perusahaan berarti aspek atau kegiatan dimana suatu perusahaan kurang efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya. Aspek-aspek ini secara negatif mempengaruhi kinerja perusahaan dan melemahkan perusahaan diantara para pesaingnya. Akibatnya, perusahaan tidak dapat menanggapi kemungkinan masalah atau peluang, dan tidak dapat beradaptasi dengan perubahan. Bagi perusahaan, penting untuk mengetahui kelemahannya sebagai kekuatannya. Alasannya adalah bahwa tidak ada strategi yang dapat dibangun diatas kelemahan. Kelemahan organisasi yang berpotensi memimpin organisasi menuju inefisiensi dan ketidakefektifan harus diketahui dan diperbaiki. Memecahkan masalah yang ada yang akan menyebabkan kesulitan dan keterbatasan untuk rencana dan strategi jangka panjang, dan meramalkan masalah potensial adalah wajib (Siburian, 2020).

Rangkuti (2005) menjelaskan bahwa SWOT adalah singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk

mengevaluasi Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dalam suatu agribisnis usahatani.

- a. *Strength* (Kekuatan) atau disingkat dengan “S”, yaitu karakteristik agribisnis usahatani yang memberikan kelebihan/keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh usahatani yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi agribisnis usahatani di pasar.
- b. *Weakness* (Kelemahan) atau disingkat dengan “W”, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan pada agribisnis usahatani dibandingkan dengan yang lainnya. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja usahatani. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan agribisnis usahatani.
- c. *Opportunities* (Peluang) atau disingkat dengan “O”, yaitu Peluang yang dapat dimanfaatkan bagi agribisnis usahatani untuk dapat berkembang di kemudian hari. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan usahatani. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara produsen dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi agribisnis usahatani.

d. *Threats* (Ancaman) atau disingkat dengan “T”, yaitu Ancaman yang akan dihadapi oleh agribisnis usahatani yang dapat menghambat perkembangannya. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan usahatani. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan agribisnis usahatani. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan agribisnis usahatani.

2.2 Penelitian Terdahulu

Menurut hasil penelitian Zulkamain Lubis (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan Komoditi Bawang Merah Di Kabupaten Simalungun”. Kebutuhan akan bawang merah semakin meningkat karena hampir semua masakan membutuhkan komoditi ini. Bawang merah termasuk komoditas utama dalam prioritas pengembangan sayuran dataran rendah di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan bawang merah di Kabupaten Simalungun. Metode pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor internal dan eksternal kondisi pengembangan bawang merah di Kabupaten Simalungun. Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT dan menghasilkan empat alternatif strategi yang mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan serta kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi untuk meningkatkan produksi bawang merah di daerah penelitian adalah strategi agresif atau strategi SO (Strengths – Oppurtunities) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan kegiatan (1). Memanfaatkan dukungan gapoktan untuk meningkatkan

produksi bawang merah (2). Memanfaatkan pengalaman petani dalam meningkatkan harga jual (3). Memanfaatkan harga input rata-rata dan ketersediaan input untuk meningkatkan produksi bawang merah (4). Memanfaatkan dukungan Gapoktan untuk menambah penguasaan petani terhadap teknik budidaya.

Menurut hasil penelitian Tasya dkk (2023) dengan berjudul “Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah: Studi Kasus Kelompok Tani Mekar Sari, Desa Blumbang, Kecamatan Tawangmangu, Karanganyar”. Kecamatan Tawangmangu merupakan daerah penghasil bawang merah terbesar di Kabupaten Karanganyar. Kelompok Tani Mekar Sari ialah salah satu kelompok petani aktif dan terampil membudidayakan bawang merah tetapi mereka sedang menghadapi daya saing produk yang masih rendah disebabkan berbagai faktor internal dan eksternal. Kajian mengenai strategi pengembangan usahatani bawang merah oleh kelompok tani masih terbatas dilakukan, khususnya di daerah Karanganyar. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan prioritas strategi pengembangan agribisnis bawang merah pada Kelompok Tani Mekar Sari. Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan pendekatan studi kasus. Analisis data dilakukan dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif yakni matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM. Penentuan responden secara purposive dengan snowball yaitu Kelompok Tani Mekar Sari serta responden terkait sebanyak 10 orang. Berdasarkan hasil analisis IFE dan EFE, maka posisi Kelompok Tani Mekar Sari berada pada sel IV yaitu grow and build. Berdasarkan analisis QSPM didapat prioritas tiga strategi dengan urutan sebagai berikut: (1) menggunakan bibit bersertifikat, (2) meningkatkan indeks pertanaman bawang

merah dalam setahun, (3) Kelompok Tani Mekar Sari berlatih membuat pupuk organik.

Menurut hasil penelitian Ibnu Abbas (2023) dengan judul “Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah Di Desa Banti Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal bawang merah serta strategi pengembangan agribisnis bawang merah di Desa Banti Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Populasi pada penelitian ini berjumlah 300 petani bawang merah. Pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling yaitu mengambil sebanyak 10% dari jumlah populasi bawang merah, peneliti mengambil 30 petani bawang merah sebagai responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan data analisis EFAS, IFAS dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) faktor internal yang meliputi kekuatan ketersediaan bibit unggul dengan skor 0,36, sarana produksi 0,60, ketersediaan tenaga kerja 0,39, dan pengalaman usahatani 0,45) dan kelemahan kurangnya modal 0,52, mudah terserang penyakit dan hama 0,24, kurangnya informasi pasar 0,22, dan menurunnya tingkat kesuburan tanah 0,18. Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang harga bawang relatif tinggi 0,60, tingginya tingkat permintaan 0,36, ketersediaan alat mekanisasi pertanian 0,39, dan mudah dijual 0,3 dan faktor kelemahan perubahan iklim 0,28, tingginya tingkat pesaing 0,22, ketidakstabilan harga 0,22, dan serangan hama penyakit 0,26. (2) mengoptimalkan penggunaan bibit unggul serta sarana produksi dalam peningkatan produksi dan kualitas bawang merah untuk memperoleh harga yang relatif tinggi, Melakukan pelatihan

peningkatan ketahanan tanaman terhadap hama penyakit agar terhindar dari serangan hama penyakit.

Menurut hasil penelitian Penelitian Didit Darmawani (2018) dengan judul “Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah Di Desa Sajen, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto” Tujuan Penelitian ini adalah mendeskripsikan serta menganalisis strategi pengembangan usahatani untuk meningkatkan kesejahteraan petani bawang merah di tersebut. Pada Tahap Pengumpulan Data menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Tahap selanjutnya yakni Tahap Analisis yaitu mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap pengembangan usahatani., Selanjutnya adalah menempatkan informasi yang terkumpul ke model perumusan strategi yaitu matriks SWOT dalam faktor internal dan eksternal kemudian dari hasil yang ada ditentukan pengambilan keputusan yang tepat. Pada tahap akhir yaitu menggunakan Matriks SWOT. Dari Matriks IFAS dan EFAS diketahui nilai x adalah 0,49 dan nilai y adalah 0,57. Strategi pengembangan usahatani bawang merah di desa Sajen berada di kuadran I, artinya bawang merah tersebut memiliki faktor-faktor kekuatan dalam kondisi yang baik namun petani bawang merah belum memanfaatkan peluang yang ada sehingga bawang merah belum berkembang. Untuk itu diperlukan strategi agresif yaitu melakukan ekspansi dan meningkatkan pertumbuhan secara maksimal dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada (strength-opportunities strategy).

Menurut hasil penelitian Wadu dan Linda (2020) dengan judul jurnal yaitu “Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah Di Kelurahan Malumbi, Kecamatan Kampera, Kabupaten Sumba Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta menetapkan strategi bagi

pengembangan usahatani bawang merah di Kelurahan Malumbi, Kecamatan Kambera. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif dengan menggunakan metode survei. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 10 orang. Metode yang digunakan untuk penentuan sampel adalah metode accidental sampling. Data dianalisis dengan menggunakan analisis Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation, Internal-Eksternal (IE), Matriks Strengths, Weakness, Opportunities, Treats (SWOT), dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal adalah ketersediaan air yang cukup memadai, sistem pemasaran yang tidak efektif. Sedangkan, faktor eksternal adalah permintaan bawang merah tinggi, serta persaingan dan fluktuasi harga jual. Strategi utama pengembangan usahatani bawang merah adalah memperluas lahan usahatani bawang merah dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi dan merebut peluang pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Kiloes (2018), yang berjudul Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah di Kabupaten Solok bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Kabupaten Solok sebagai sentra bawang merah nasional. Penelitian dilakukan dari bulan Agustus hingga Desember 2017 bertempat di Kabupaten Solok. Data primer berupa atribut-atribut faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman diidentifikasi melalui Focussed Group Discussion (FGD) yang dilakukan dengan peserta para pemangku kepentingan di Kabupaten Solok sekaligus untuk melakukan kuantifikasi dari atribut-atribut yang telah teridentifikasi. Analisis dilakukan dengan pendekatan SWOT, yaitu menggunakan perhitungan IFE, EFE, matriks IE, matriks SPACE, dan matriks SWOT. Terdapat enam atribut kekuatan,

delapan atribut kelemahan, enam atribut peluang, dan lima atribut ancaman. Perhitungan IFE dan EFE memperlihatkan bahwa faktor internal merupakan faktor yang paling dominan, dengan faktor kekuatan merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan kelemahan. Posisi Kabupaten Solok dalam matriks IE dan matriks SPACE masing-masing berada dalam posisi jaga dan pertahankan serta mendukung strategi agresif. Strategi yang perlu diterapkan adalah strategi memaksimalkan kekuatan untuk menangkap peluang yang tersedia (S-O) di antaranya pengembangan teknologi PTT bawang merah spesifik lokasi, pengembangan teknologi pascapanen bawang merah, membuka pasar baru selain yang sudah ada, dan membina penangkar bawang merah. Beberapa dukungan teknologi dan inovasi Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian sebagai peluang yang tersedia juga perlu diterapkan untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki Kabupaten Solok untuk berkembang sebagai sentra produksi bawang merah nasional.

Menurut hasil penelitian Nur afifah dkk (2021) dengan judul “Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditi Bawang Merah Di Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri” Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas strategi yang memungkinkan untuk diterapkan dalam pengembangan agribisnis bawang merah di Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Analisis

faktor-faktor internal dan eksternal, (2) Matriks SWOT, dan (3) QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks). Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya total dalam satu kali musim tanam dengan luas lahan sebesar 1000 m² sebesar Rp. 7.116.209, penerimaan Rp. 20.000.000, dan pendapatan Rp. 12.939.791. Dari matriks IFE teridentifikasi 5 kekuatan, 5 kelemahan, dan matriks EFE 5 peluang, 4 ancaman. Dari matriks SWOT menghasilkan 9 alternatif strategi. Matriks QSPM menghasilkan prioritas strategi dengan TAS tertinggi yaitu, (1) program memberi bantuan modal dari Pemerintah dengan nilai TAS (Total Attractiveness Score) 81,46, (2) Penerapan teknologi PHT dengan TAS 44,04, (3) peningkatan kualitas dan kuantitas bawang merah dengan intensifikasi pertanian dengan TAS 31,76.

Menurut Hasil penelitian Hawami (2018), Dengan judul faktor yang mempengaruhi produksi bawang merah (*Allium ascalonium*) di kabupaten demak. Bawang merah merupakan salah satu komoditi pertanian yang sering digunakan dan dikonsumsi rumah tangga sebagai bumbu masakan, bawang merah dapat dikonsumsi secara langsung sebagai obat tradisional. Tanaman bawang merah termasuk tanaman komoditas agribisnis dan jenis tanaman hortikultura musiman yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Tanaman bawang merah termasuk tanaman berumbi atau spermatophyta memiliki biji tunggal dan memiliki ciri akar serabut ada empat provinsi sentra yaitu Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Nusa Tenggara Barat. Keempat provinsi sentra ini memberikan kontribusi sebesar 86,24% terhadap rata-rata produksi bawang merah Indonesia.

Menurut hasil penelitian Aci Aprianto dkk (2021) dengan judul “Strategi Pemasaran Bawang Merah (Studi Kasus Kampung Klaru Distrik Mariat Kabupaten Sorong)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran bawang merah. Adapun Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Klaru Distrik Mariat Kabupaten Sorong selama dua bulan, yaitu mulai dari bulan Juni sampai bulan Agustus 2021. Populasi petani sebanyak 50 orang, sampel penelitian diambil sebanyak 16 orang yang diambil secara acak (random sampling). Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data di analisis dengan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran Bawang Merah di Kampung Klaru Distrik Mariat Kabupaten Sorong pada umumnya menyalurkan bawang merah dari Petani ke pedagang pengumpul tingkat daerah, pedagang besar luar daerah, pengecer ke konsumen akhir. Pada analisis SWOT diperoleh beberapa strategi Strategi S-O yaitu di Dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan kearifan lokal bawang merah secara berkelanjutan dan Mendorong petani untuk memperluas lahan pengembangan bawang merah. Strategi S-T yaitu Adanya sarana informasi yang memadai terkait dengan informasi pasar Peningkatan daya saing agribisnis bawang merah terhadap komoditas bawang merah, Peningkatan potensi kualitas sebagai pengembangan produk lokal. Strategi W-O yaitu Memberikan pelatihan kepada petani secara bertahap dan memberikan dukungan dari pemerinta terhadap penanganan pasca panen bawang merah. Strategi W-T yaitu. Melakukan pembinaan kepada petani dalam mengembangkan usahatani bawang merah dan Melakuakan pembangunan vasilitas pasca panen untuk peningkatan kualitas produk.

Menurut hasil penelitian Verdayanti (2019), Yang berjudul analisis skala ekonomi dan strategi pengembangan usahatani bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) Di kota metro penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya, penerimaan, pendapatan dan skala ekonomi serta mengetahui strategi pengembangan usahatani bawang merah di Kota Metro. Penelitian ini dilakukan di Kota Metro yang dipilih secara purposive dan total responden sebanyak 33 petani yang dipilih berdasarkan saturation sampling. Data primer dan data sekunder diperoleh pada November 2017 hingga Mei 2018. Analisis data menggunakan analisis pendapatan, analisis regresi linier berganda dengan Model Fungsi Produksi Cobb Douglass serta QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani bawang merah di Kota Metro pada musim tanam pertama dan musim tanam kedua menguntungkan petani dengan R/C atas biaya total sebesar 1,43 dan 1,53. Skala ekonomi usahatani bawang merah di Kota Metro berada pada kondisi increasing return to scale yang artinya terdapat penambahan keuntungan akibat penambahan total produksi. Strategi pengembangan usahatani bawang merah yang dipilih yaitu sebanyak 5 strategi dari 12 strategi alternatif.

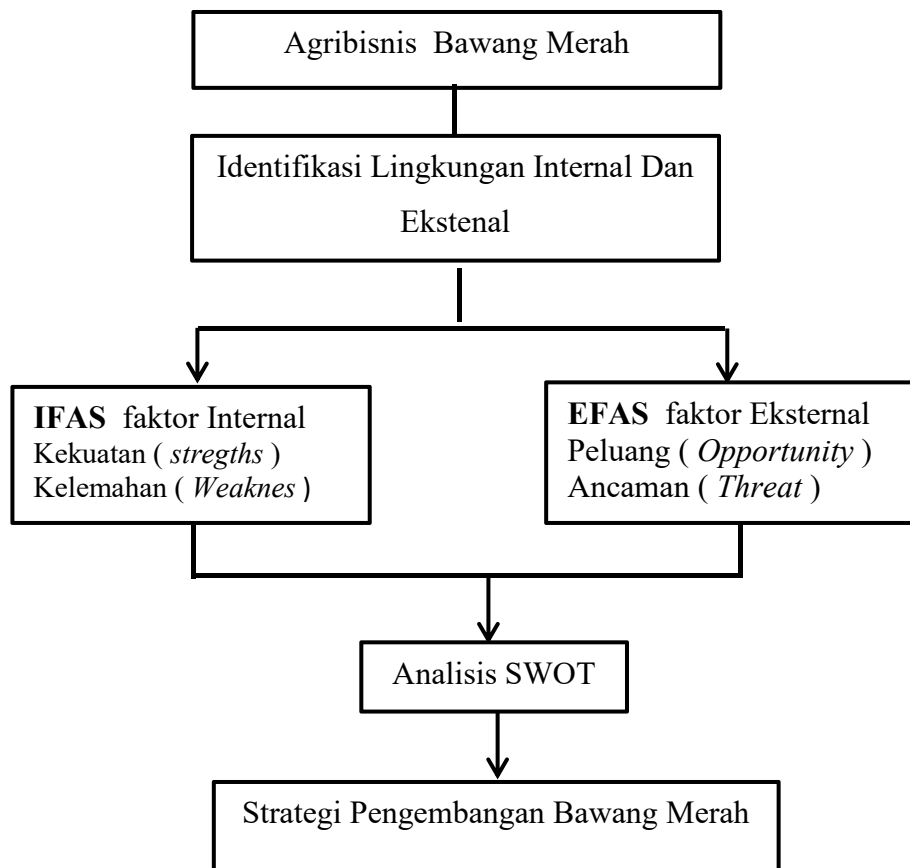
2.3 Kerangka Pemikiran

Perkembangan bawang merah saat ini masih jauh dari misi pemerintah tentang pengembangan agribisnis bawang merah. Adanya permasalahan sistemik dalam kegiatan agribisnis yang mengakibatkan perkembangan bawang merah dapat dikatakan lambat. Sistem agribisnis merupakan suatu kesatuan berbagai kegiatan yang berbeda-beda mulai dari subsistem penyediaan sarana produksi

(saprodi), subsistem produksi, subsistem pengolahan dan subsistem pemasaran serta subsistem lembaga pendukung yang secara tidak langsung kegiatan tersebut akan mempengaruhi kinerja subsistem lain yang pada akhirnya akan mempengaruhi kelancaran kegiatan dalam pengembangan sistem agribisnis. Oleh karena itu perlu ditetapkan strategi pengembangan sistem agribisnis yang tepat untuk membantu petani bawang merah mencapai tujuan akhir.

Penentuan alternatif strategi dalam pengembangan sistem agribisnis dengan menggunakan analisis SWOT, dimana dalam analisis SWOT dapat diidentifikasi dengan menggunakan faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang berpengaruh dalam sistem agribisnis bawang merah di daerah penelitian.

Setelah dilakukan analisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan SWOT, berdasarkan hasil skoring dan pembobotan serta dibuat dalam matriks posisi dan matriks SWOT, maka kita dapat menentukan strategi pengembangan apa yang sesuai dan bisa diterapkan untuk mengembangkan sistem agribisnis bawang merah di daerah penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Bawang Merah