

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah dan Perkembangan Gapoktan Tani Makmur

Masyarakat Desa Cabean mayoritas berprofesi sebagai petani, anggota Gapoktan ini sudah paham tentang bercocok tanam khususnya padi dan semangka. Desa Cabean memiliki 3 kelompok tani, pembagian kelompok tani ini berdasarkan letak daerahnya yaitu Desa Cabean bagian barat nama kelompok taninya Waringin, bagian tengah nama kelompok taninya Ceplok Piring dan bagian timur nama kelompok taninya Akasia. Ketiga kelompok tani inilah yang akan memprakarsai cikal bakal berdirinya Gapoktan Tani Makmur di Desa Cabean. Gapoktan ini berdiri tahun 2006, sebelum Gapoktan Tani Makmur berdiri, ada beberapa masalah yang dihadapi petani di Desa Cabean salah satunya masalah irigasi.

Masalah irigasi merupakan masalah bersama dan tidak bisa ditangani oleh satu pihak saja, untuk itu ketiga kelompok tani di desa ini sepakat bekerjasama untuk mengatasi masalah irigasi di Desa Cabean setelah itu, Pemerintah Desa Cabean mengemukakan gagasan untuk membentuk Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dengan nama Tani Makmur yang terdiri dari 3 kelompok tani yaitu Akasia, Ceplok Piring dan Waringin. Pembentukan Gapoktan ini diharapkan dapat mengatasi masalah – masalah pertanian yang ada dan menjadikan pertanian di desa lebih maju. Pembentukan Gapoktan ini juga memudahkan hubungan dari petani ke pemerintah, antara lain yaitu dalam menyalurkan aspirasi, pengadaan penyuluhan dari pemerintah, penerimaan bantuan pertanian.

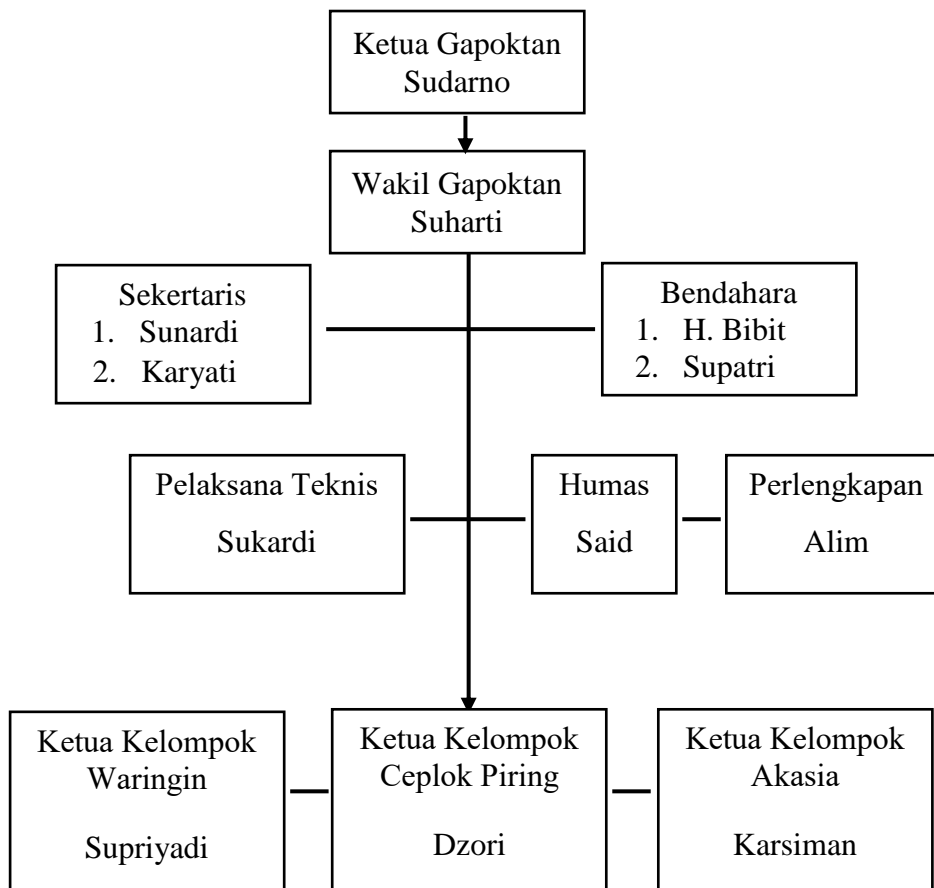
Berdirinya Gapoktan Tani Makmur membuat sektor pertanian di Desa Cabean semakin maju, hal ini dibuktikan prestasi – prestasi yang diraih Gapoktan baik tingkat kabupaten sampai provinsi. Tahun 2012 Gapoktan ini mendapatkan juara I tingkat provinsi dalam lomba pertanian katagori perkumpulan petani pemakai air tingkat Jawa Tengah. Prestasi lainnya yang diukir Gapoktan ini bukan hanya itu, pada tahun 2016 Gapoktan Tani Makmur ditetapkan sebagai Gapoktan paling barprestasi se-Kabupaten Demak. Gapoktan dijadikan sebagai bahan rujukan oleh berbagai Gapoktan, kelompok tani maupun pemerintah dalam sistem pertaniannya terutama irigasinya.

Pola tanam dalam satu tahun yang biasa diterapkan oleh Gapoktan yaitu padi – padi – kacang hijau atau padi – padi – semangka. Penentuan pola tanam Gapoktan dipengaruhi oleh keadaan musim dan ketersediaan air. Biasanya pada musim penghujan petani akan menanam padi dan pada musim kemarau akan menanam semangka atau kacang hijau. Petani yang memiliki modal sedikit akan lebih memilih menanam kacang hijau dari pada semangka karena menanam semangka harus berani mengeluarkan modal yang cukup besar.

4.2. Profil dan Struktur Organisasi

Gapoktan Tani Makmur merupakan Gapoktan yang berprestasi di Kabupaten Demak, Gapoktan ini berada di Desa cabean, kecamatan Demak, Kabupaten demak. Gapoktan ini memiliki jumlah anggota kurang lebih 150 orang yang terdiri dari 3 kelompok tani, 59 orang berasal dari Kelompok Tani Waringin, 45 orang berasal dari Kelompok Tani Akasia dan 46 orang berasal dari Kelompok

Tani Ceplok Piring. Visi dari Gapoktan ini adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani di Desa Cabean menuju kedewasaan dan kesadaran. Misi Gapoktan adalah melaksanakan AD/ART organisasi secara konsisten, demokratis dan transparan. Meningkatkan produktivitas pertanian untuk kesejahteraan masyarakat dan menyadarkan petani tentang arti penting pengairan.



Ilustrasi 4. Struktur Organisasi Gapoktan Tani Makmur

Berdasarkan gambar struktur organisasi, diketahui bahwa ketua Gapoktan Tani Makmur yaitu Bapak Sudarno dengan wakilnya Bapak Suharti. Jabatan sekretaris di Gapoktan dipegang oleh Bapak Sunardi dan Bapak Karyati, sedangkan untuk bagian bendahara Gapoktan dipegang oleh Bapak H. Bibit dan Bapak Supatri. Gapoktan memiliki tiga koordinator dalam berbagai bidang antara lain: bidang

pelaksana teknis, bidang humas dan bidang perlengkapan. Bidang pelaksana teknis di koordinir oleh Bapak Sukardi, bidang ini bekerja dilapangan dan berkaitan dengan budidaya contohnya menangani masalah irigasi untuk kebutuhan air tanaman.

Bidang humas Gapoktan dipegang oleh Bapak Said, bidang ini bertugas mengurus semua hubungan Gapoktan dengan pihak luar khususnya dengan pemerintah. Bidang perlengkapan, bidang ini diketuai oleh Bapak Alim, bidang ini bertugas untuk menyediakan dan menyimpan barang atau peralatan yang akan digunakan pada suatu kegiatan. Dibawahnya ada ketua dari masing – masing kelompok tani, ketua kelompok bertugas untuk menyalurkan keputusan yang telah dibuat oleh Gapoktan kepada seluruh anggota masing – masing kelompok.

4.3. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal pada Gapoktan Tani Makmur dilakukan dengan pendekatan analisis bauran pemasaran. Menurut Pertiwi, *et al* (2016) faktor eksternal yaitu faktor diluar jangkauan perusahaan yang terdiri dari pesaing, teknologi, peraturan pemerintah, keadaan perekonomian, dan lingkungan sosial budaya, sedangkan faktor internal yaitu variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran.

Pendekatan analisis bauran pemasaran sangat tepat untuk mengidentifikasi potensi yang ada di Gapoktan Tani Makmur berguna untuk perumusan strategi pemasaran, dikarenakan bauran pemasaran bersifat dinamis dan berkembang sesuai lingkungan. Bauran pemasaran terdiri dari 4 komponen utama yang dikenal

4P yaitu meliputi bauran produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

4.3.1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2000). Produk yang berkualitas dapat dilihat dari beberapa kriteria, termasuk juga buah semangka. Semangka yang baik memiliki kulit yang mengkilat, warna kulit yang merata dan rasa yang manis. Semangka yang diproduksi oleh Gapoktan Tani Makmur memiliki rata – rata kualitas lebih baik jika dibandingkan dengan produksi semangka gapoktan lainnya.

Mayoritas jenis semangka yang dibudidayakan di Gapoktan ini adalah jenis Bali Flower. Semangka jenis ini memiliki kulit hijau muda dengan daging buah berwarna merah tua, rasa dari buah semangka ini manis dan segar (Lampiran 8). Keterangan tersebut sesuai dengan keputusan Menteri Pertanian (2005) yang menyatakan bahwa semangka hibrida Bali Flower merupakan varietas unggulan yang memiliki warna kulit buah hijau terang, warna daging buah merah, rasa manis dan renyah. Semangka Bali Flower memiliki bentuk buah bulat dan besar, bobot semangka ini bisa mencapai 7 – 8 kg. Semangka jenis lain yang dibudidayakan adalah Red Round Dragon, semangka ini memiliki bentuk bulat, warna kulit hijau dengan setrip hijau gelap dan warna daging buah merah segar (Lampiran 8).

4.3.2. Harga

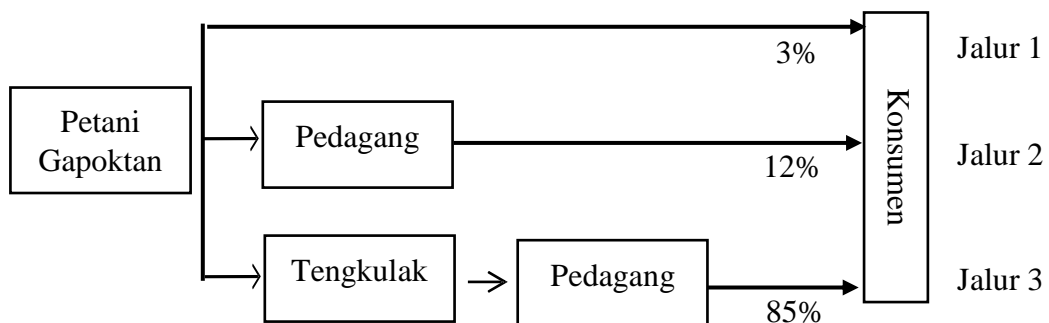
Semangka merupakan buah musiman, untuk itu harga yang ditawarkan *relative* naik turun sesuai dengan keadaan *supply*, akan tetapi perubahan harga semangka terjadi tidak drastis. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Chatarine (2012) yang mengatakan bahwa harga buah semangka tidak dengan mudah naik maupun turun dalam kisaran yang besar oleh seorang penjual buah, karena biasanya harga buah semangka berdasarkan harga pasar dan harga buah semangka kuning cenderung lebih mahal dari semangka merah. Harga buah semangka yang dipatok oleh Gapoktan ini sekitar 2000 – 3000 rupiah / Kg. Harga yang ditetapkan oleh Gapoktan ini mengikuti harga pasaran. Rata-rata harga semangka Gapoktan pada tahun 2016 sebesar Rp 2.500, kemudian pada tahun 2017 turun menjadi 2.400 dan turun lagi pada tahun 2018 menjadi 2.200. Biasanya semangka yang dipanen lebih dulu dari pada yang lainnya memiliki nilai jual yang tinggi, dikarenakan saat itu *supply* semangka sedikit sedangkan permintaan pasar tinggi.

4.3.3. Tempat

Tempat merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam membangun bisnis, pemilihan tempat yang strategis dan memiliki keunggulan kompetitif akan mengantarkan bisnis pada kesuksesan. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Kotler (2008) yang menyatakan bahwa salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi yang strategis akan mendatangkan banyak konsumen sehingga mampu menaikkan grafik penjualan maupun omzet, pemilihan lokasi dimulai

dengan memilih komunitas. Gapoktan Tani Makmur berada di Kabupaten Demak, daerah tersebut cukup baik karena berada di area jalur pantura. Kabupaten Demak merupakan daerah strategis yang banyak dilewati kendaraan, disamping itu Kabupaten Demak juga terkenal pertaniannya yang maju, hal ini akan menaikkan *image* Gapoktan dimata konsumen.

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling terkait dalam proses penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen guna mencari keuntungan (Chandra *et al*, 2004). Distribusi yang dilakukan petani Gapoktan masih kurang efisien. Kebanyakan jalur distribusi yang dilakukan petani Gapoktan masih melalui 1 sampai 2 distributor, ini dikarenakan kurangnya pengetahuan petani dalam melakukan pemasaran. Selisih harga yang diberikan petani terhadap tengkulak, pedagang dan konsumen tidak terlalu tinggi yaitu sekitar 100 – 200 rupiah / Kg.



Ilustrasi 5. Jalur Distribusi Buah Semangka Gapoktan Tani Makmur

Berdasarkan ilustrasi 5, diketahui bahwa sekitar 85 % jalur distribusi produk buah semangka dari Gapoktan Tani Makmur melalui jalur 3 yaitu dari petani dijual kepada tengkulak kemudian dijual lagi kepada pedagang baru kemudian diterima oleh konsumen. Sekitar 12% semangka Gapoktan yang dijual kepada pedagang dan

sekitar 3 % buah semangka Gapoktan yang langsung dijual kepada konsumen. Jalur distribusi yang panjang akan mengurangi keuntungan yang diterima petani, untuk itu petani berharap agar Gapoktan Tani Makmur dapat menampung produk mereka untuk dipasarkan secara serentak sehingga petani tidak susah payah berselisih dengan tengkulak untuk menetapkan harga jual dan mengurangi jalur distribusi. Pemasaran secara berkelompok lebih efektif dan juga meningkatkan nilai tawar dalam menetapkan harga.

4.3.4. Promosi

Promosi merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk mengenalkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat yang bersifat mempengaruhi agar menggunakan produk atau jasa tersebut. Promosi yang dilakukan Gapoktan ini sangatlah kurang, akan tetapi itu tidak berpengaruh banyak terhadap minat konsumen. Gapoktan Tani Makmur mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, promosi dengan cara ini dipilih karena lebih mudah, hemat dan lebih mendapatkan kepercayaan konsumen baru, selain itu Gapoktan Tani Makmur juga menggunakan *Whats App* (WA) sebagai sarana promosi *online* produk mereka. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Simamora (2002) yang menyatakan bahwa kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhannya. Kelemahan promosi ini adalah kurang cepat dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dan jangkauan yang dicapai kerang luas.

4.4. Analisis Lingkungan Eksternal

Pengaruh lingkungan eksternal terhadap suatu usaha sangatlah besar khususnya usaha pertanian. Usaha budidaya pertanian harus terlebih dahulu memperhatikan kondisi iklim, keadaan tanah dan ketersediaan air dalam wilayah tersebut. Analisis Lingkungan eksternal digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang akan hadapi Gapoktan Tani Makmur.

4.4.1. Ekonomi dan Sosial Budaya

Memasarkan produk dalam masyarakat, pengusaha harus mengetahui keadaan ekonomi masyarakat tersebut, apakah sesuai dengan harga produk dijual atau tidak. Mayoritas masyarakat saat ini memiliki ekonomi yang cukup bahkan lebih, jika hanya untuk mengkonsumsi semangka, inilah yang akan menjadi peluang yang harus dikembangkan oleh Gapoktan Tani Makmur.

Berdasarkan hasil wawancara dari responden, mayoritas dari mereka setiap harinya mengkonsumsi buah – buahan, mayoritas masyarakat sudah mengetahui khasiat buah – buahan bagi tubuh. Kebutuhan masyarakat Kabupaten Demak yang besar akan buah semangka bisa didukung dengan produksi yang tinggi yaitu 99.268 kuintal (Terbesar ke-3 se-Jawa Tengah). Masyarakat biasanya mengkonsumsi buah – buahan dilakukan setelah makan, buah dipercaya sebagai pelengkap gizi bagi tubuh (4 sehat, 5 sempurna). Buah semangka memiliki rasa yang manis dengan kandungan air sangat banyak, biasanya buah ini dijadikan makanan pencuci mulut dan pengganti air untuk melepas dahaga.

4.4.2. Lingkungan dan Geografis

Faktor yang paling berpengaruh dalam budidaya tanaman adalah kondisi lingkungan dan geografis. Mengidentifikasi kondisi lingkungan terlebih dahulu sebelum melakukan budidaya tanaman, khususnya budidaya buah semangka merupakan tindakan yang penting. Semangka merupakan tanaman yang tumbuh pada dataran rendah. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Wijayanto *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa tanaman semangka dibudidayakan secara luas oleh masyarakat terutama di dataran rendah, sehingga memberi banyak keuntungan kepada petani dan pengusaha semangka.

Desa Cabean termasuk dalam katagori dataran rendah, disamping itu desa ini memiliki lingkungan yang mendukung untuk budidaya semangka. Desa ini memiliki kondisi iklim yang panas, akan tetapi ketersediaan air dalam sistem pertaniannya sangat terjaga, kondisi seperti inilah membuat hasil produksi semangka berkualitas. Keadaan tanah di desa ini juga sangat subur, ini dikarenakan petani dalam menggunakan pupuk kimia sesuai takaran dan petani menerapkan sistem tanam bergilir sehingga tanah tidak mengalami kejenuhan.

Kabupaten Demak merupakan daerah yang memiliki banyak sungai, sungai tersebut mengalir dari desa ke desa termasuk juga Desa Cabean. Gapoktan Tani Makmur dan pemerintah desa bersama – sama memanfaatkan sungai dengan membangun saluran irigasi untuk kebutuhan air pertanian di Desa Cabean. Saluran irigasi di desa ini sudah cukup baik, kebutuhan air untuk semua sawah petani sudah terpenuhi baik yang berada di dekat pintu air maupun yang jauh, bahkan saluran irigasinya bisa dilalui perahu kecil untuk mengangkut hasil panen.

4.4.3. Pemerintah

Pemerintah saat ini telah berupaya untuk mengembangkan potensi pertanian untuk memperbaiki perekonomian bangsa. Pemerintah telah banyak membantu para petani baik dalam hal finansial maupun non finansial. Bantuan dari pemerintah terhadap petani biasanya melalui kelompok tani atau Gapoktan. Bantuan ini sebagai wujud dukungan terhadap perkembangan pertanian di Demak. Bantuan yang diberikan pemerintah biasanya berupa subsidi pupuk yaitu pupuk Urea, Ponzka, ZA dan TSP sebesar 60% yang diberikan pada tiap masa tanam, disamping itu pemerintah juga memberikan sarana produksi pertanian dan penyuluhan – penyuluhan. Tahun 2013 Gapoktan mendapat bantuan alat mesin pertanian berupa 1 kombi, 2 traktor dan 2 mesin pompa. Bantuan dari pemerintah tidak diberikan secara rutin, pemerintah akan memberikan bantuan jika Gapoktan sedang dalam masalah atau bisa melalui proposal.

4.5. Uji Kelayakan Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari variabel penelitian untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang sesuai dengan keadaan di lapangan sebenarnya. Hasil setelah melakukan uji instrumen kelayakan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas diketahui bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Ghozali (2016) yang menyatakan bahwa uji kelayakan instrumen digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang akan digunakan valid dan reliabel atau tidak.

Uji kelayakan instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil uji validitas dengan responden 40 orang diketahui bahwa kuesioner yang digunakan adalah valid, hal ini dilihat dari hasilnya yang menunjukkan bahwa semua nilai r hitung (Lampiran 6) $>$ r tabel (0, 312). Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Nivisiannoor (2009) yang menyatakan bahwa data dikatakan valid jika uji validitas menghasilkan r hitung $>$ r tabel. Hasil setelah dilakukan uji reliabilitas didapatkan nilai *Alfa Cronbach* sebesar 0,739. Nilai ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel. Menurut pendapat Yusup (2018) menyatakan bahwa instrumen dengan pilihan jawaban lebih dari dua, dikatakan reliabel jika hasil nilai koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* 0,70- 0,90.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		Case Processing Summary			
Cronbach's Alpha	N of Items		N	%	
.739	20	Cases	Valid	40	100.0
			Excluded ^a	0	.0
			Total	40	100.0

4.6. Analisis Matriks IFE dan EFE

Analisis matriks IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh terhadap penentuan strategi pemasaran buah semangka di Gapoktan Tani Makmur. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian adalah 40 orang. Penilaian bobot faktor dilakukan dengan cara membagi nilai rata-rata bobot faktor tersebut dengan total

nilai rata – rata semua faktor dari 40 responden (Lampiran 4), begitu juga dalam menentukan nilai rating dilakukan dengan mencari rata-rata nilai rating dari 40 responden (Lampiran 5). Penentuan skor dilakukan dengan cara mengalikan nilai bobot dengan nilai rating. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil analisis matriks IFE Gapoktan Tani Makmur seperti pada Tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Analisis Matriks IFE Gapoktan Tani Makmur

Faktor Internal		Rata-rata		
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor	
A. Produk berkualitas	0.108162	3.7	0.400199	
B. Lokasi Gapoktan Strategis	0.093563	3.4	0.318115	
C. Ketepatan waktu panen	0.103517	2.3	0.238089	
D. SDM budidaya petani baik	0.106835	3.725	0.39796	
E. Harga yang kompetitif	0.10418	2.625	0.273474	
Nilai Kekuatan			1.627837	
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor	
F. Distribusi kurang efisien	0.089582	1.375	0.12318	
G. Pemasaran Bersifat individu	0.098872	1.875	0.18538	
H. Kurangnya promosi	0.091573	1.45	0.13278	
I. Biaya produksi tinggi	0.101526	1.9	0.1929	
J. Modal Petani rendah	0.10219	1.5	0.15328	
Nilai Kelemahan			0.78752	
Total nilai kekuatan dan kelemahan			2.415357	

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa kualitas produk yang bermutu menjadi kekuatan utama Gapoktan dengan skor 0.400199 dan dinomor kedua yaitu SDM petani yang baik dengan skor 0.39796. Faktor utama yang menjadi kelemahan Gapoktan Tani Makmur adalah distribusi kurang efisien dengan skor 0.12318 dan kurangnya promosi dengan skor 0.13278. Tabel diatas juga menunjukkan bahwa

kekuatan Gapoktan Tani Makmur lebih besar dari pada kekurangannya, ini berarti Gapoktan memiliki potensi yang cukup untuk menutupi kelemahannya.

a. Produk Berkualitas

Semangka yang diproduksi Gapoktan Tani Makmur rata – rata memiliki kualitas baik, kualitas produk ini menjadi daya tarik utama kepada konsumen. Semangka Gapoktan rata – rata memiliki berat 6 – 7 kg dengan daging buah berwarna merah dan manis. Jenis semangka yang diproduksi adalah *Bali Flower* dan *Red Round Dragon*.

b. Lokasi Gapoktan Strategis

Gapoktan Tani Makmur terletak di Kabupaten Demak, wilayah ini dilewati oleh jalur pantura, sehingga banyak orang berkunjung di Kabupaten Demak. Kabupaten Demak juga terkenal dengan hasil pertaniannya yang berkualitas dan didukung dengan keadaan tanah yang subur dengan banyak sungai yang mengalir diantara desa – desa.

c. Ketepatan Waktu Panen

Pemilihan waktu penanaman buah semangka sangatlah diperhatikan Gapoktan agar saat pemanenan bisa lebih awal dari pesaingnya. Gapoktan menerapkan sistem penanaman serentak dengan estimasi waktu panen sebelum panen raya dimulai. Strategi ini sangat baik untuk meningkatkan nilai jual buah semangka karena pada saat itu *supply* masih rendah.

d. SDM Budidaya Petani

Petani anggota Gapoktan memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang baik dalam budidaya buah semangka. Gapoktan akan berdiskusikan tentang

budidaya yang baik dan cara mengatasi masalah dalam petanian, selain itu Gapoktan ini sering mendapatkan penyuluhan dari pemerintah dan studi banding dengan kelompok lain. Gapoktan ini juga menjadi rujukan oleh kelompok tani lain tentang pengolahan air dalam pertanian, ini membuktikan bahwa Gapoktan ini memiliki SDM yang baik.

e. Harga yang Kompetitif

Gapoktan menjual buah semangka dengan harga rata – rata pasaran. Harga buah semangka Gapoktan berkisar Rp 2000 – 3000/kg. Harga yang diberikan Gapoktan dinilai murah karena dengan harga yang sama konsumen bisa mendapatkan semangka yang berkualitas.

f. Distribusi Kurang Efisien

Distribusi sangat kurang diperhatikan oleh Gapoktan, ini menyebabkan berkurangnya keuntungan yang diperoleh petani. Lebih dari 80% petani Gapoktan Tani Makmur masih menjual produknya melalui tengkulak,. Distribusi menjadi kelemahan terbesar dalam sistem pemasaran Gapoktan.

g. Pemasaran Bersifat Individu

Gapoktan Tani Makmur belum membentuk kepengurusan dalam sistem pemasarannya, untuk itu petani dituntut mencari pasar sendiri untuk menjual produknya. Penjualan hasil petani yang dilakukan sendiri – sendiri dinilai kurang efektif, ini akan berdampak pada rendahnya nilai jual.

h. Kurangnya promosi

Promosi yang dilakukan Gapoktan Tani Makmur hanya melalui Mouth to mouth dan WA (Whats App), hanya dengan ini pasar yang akan dijangkau

Gapoktan sedikit. Promosi ini dinilai kurang untuk mempublikasikan produknya ke masyarakat luas, seharusnya Gapoktan bisa memanfaatkan internet sebagai sarana promosinya.

i. Biaya produksi tinggi

Proses budidaya buah semangka tidak sama dengan budidaya kacang - kacang, budidaya semangka cenderung lebih sulit dan membutuhkan modal yang jauh lebih banyak. Pengeluaran biaya yang paling banyak digunakan untuk mencegah dan mengatasi hama dan penyakit tanaman semangka, inilah yang menjadi faktor petani untuk memilih budidaya kacang – kacang dari pada budidaya semangka.

j. Modal Petani Rendah

Keadaan ekonomi Petani Gapoktan Tani Makmur mayoritas cukup, akan tetapi untuk pengeluaran modal yang besar dalam budidaya buah semangka masih banyak yang kurang. Masalah kurangnya modal biasanya petani mengambil menghutang berupa pupuk dan obat. Pembayaran hutang biasanya dilakukan setelah petani menjual hasil panennya.

Analisis matriks EFE merupakan hasil dari identifikasi peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap penentuan strategi pemasaran Gapoktan. Jumlah responden yang mengisi kuisisioner matriks EFE adalah 40 orang. Penilaian bobot faktor dilakukan dengan cara membagi nilai rata-rata bobot faktor tersebut dengan total nilai rata – rata semua faktor dari 40 responden (Lampiran 4), begitu juga dalam menentukan nilai rating dilakukan dengan mencari rata-rata nilai rating

dari 40 responden (Lampiran 5). Penentuan skor dilakukan dengan mengalikan nilai bobot dengan nilai rating.

Tabel 8. Analisis Matriks EFE Gapoktan Tani Makmur

Faktor Eksternal	Rata-rata			
	Peluang	Bobot	Rating	Skor
A. Permintaan pasar tinggi	0.116031	3.75	0.435115	
B. Perkembangan IPTEK	0.103817	3.6	0.37374	
C. Kebijakan pemerintah yang mendukung	0.107634	1.925	0.207195	
D. Iklim dan Cuaca yang mendukung	0.116031	2.825	0.327786	
E. Pertumbuhan ekonomi baik	0.106107	2.525	0.26792	
Nilai Peluang				1.611756
	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
F. Hama dan Penyakit tanaman	0.116031	1.475	0.17115	
G. Pesaing dalam usaha	0.114504	1.45	0.16603	
H. Kekuatan tawar tengkulak tinggi	0.10916	1.975	0.21559	
I. Masyarakat sulit untuk maju dan cepat puas	0.110687	1.675	0.1854	
Nilai Ancaman				0.73817
Total nilai peluang dan ancaman				2.387993

Berdasarkan Tabel 8 diatas, diketahui bahwa faktor yang menjadi peluang terbesar dalam keberhasilan pemasaran buah semangka di Gapoktan Tani Makmur yaitu permintaan pasar yang tinggi dengan nilai skor 0,435115 dan disusul oleh faktor perkembangan IPTEK dengan skor 0,37374. Ancaman terbesar dalam pemasaran buah semangka Gapoktan yaitu adanya pesaing dengan skor 0,16603 dan hama atau penyakit tanaman dengan skor 0,17115. Total nilai peluang yang dimiliki Gapoktan Tani Makmur ini dalam keberhasilan pemasaran buah semangka mencapai 1,6, sedangkan total nilai ancamannya yaitu 0,7. Total nilai peluang Gapoktan lebih besar dari pada nilai ancamannya, kondisi ini sangat menguntungkan bagi Gapoktan karena nilai tersebut menunjukkan bahwa

Gapoktan Tani Makmur dapat meminimalisir atau menghindari ancaman dengan memaksimalkan peluang yang dimiliki Gapoktan.

a. Permintaan pasar tinggi

Permintaan konsumsi masyarakat akan buah – buahan semakin meningkat diiringi meningkatnya populasi penduduk. Keterangan sesuai dengan data BPS (2019) pengeluaran untuk konsumsi buah – buahan di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2016 – 2018 selalu mengalami peningkatan mulai dari Rp 13.847 – Rp 23.277. Meningkatnya permintaan pasar menjadi peluang besar yang harus bisa dimanfaatkan bagi Gapoktan.

b. Perkembangan IPTEK

Zaman moderen saat ini banyak sekali perkembangan teknologi yang bisa dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis, terutama dalam sistem pemasaran. Pemanfaatan teknologi yang canggih untuk mencari pasar baru sangat efisien dikarenakan jangkauannya yang luas dengan biaya yang sedikit.

c. Kebijakan Pemerintah yang mendukung

Pemerintah saat ini telah sadar akan peran sektor pertanian bagi pendapatan negara. Pemerintah memberikan banyak dukungan untuk pembangunan sektor pertanian, dukungan tersebut biasanya berupa bantuan subsidi pupuk, obat, benih, alat pertanian, bimbingan dan penyuluhan kepada petani maupun kelompok tani.

d. Iklim dan cuaca yang mendukung

Gapoktan Tani Makmur terletak di wilayah dataran rendah dengan iklim yang panas, kondisi iklim disini sangat cocok untuk budidaya tanaman

semangka. Suhu udara diwilayah Kabupaten Demak rata – rata mencapai lebih dari 35°C. Semangka merupakan tanaman pada musim kemarau, akan tetapi juga dibutuhkan ketersediaan air yang cukup agar tumbuh subur.

e. Pertumbuhan ekonomi baik

Keadaan ekonomi masyarakat Kabupaten Demak dinilai mampu untuk mengkonsumsi buah semangka. Menurut data BPS (2019) besar pengeluaran rata – rata perbulan untuk konsumsi buah – buahan Kabupaten Demak pada tahun 2016 – 2018 mengalami peningkatan yaitu dari Rp 16.879 – Rp 18.331.

f. Hama dan penyakit tanaman

Usaha budidaya semangka tentu tidak lepas dari masalah hama dan penyakit, masalah ini menjadi faktor utama terjadinya gagal panen. Masalah hama dan penyakit tidak bisa dianggap remeh, petani harus selalu mengecek tanaman agar tidak terserang penyakit. Hama dan penyakit yang sering menyerang tanaman semangka Gapoktan adalah ulat dan penyakit layu. Tanaman yang terkena penyakit harus segera diobati agar tidak menular kepada tanaman lainnya.

g. Pesaing usaha

Banyaknya pesaing dalam usaha pertanian khususnya buah semangka menjadikan ancaman yang serius dan memberikan dampak negatif bagi Gapoktan. Gapoktan lain yang menjadi pesaing rata – rata mempunyai kekuatan yang seimbang (tidak ada yang dominan). Gapoktan Tani Makmur

harus mempunyai keunggulan kompetitif agar dapat memenangkan persaingan.

h. Kekuatan tawar tengkulak tinggi

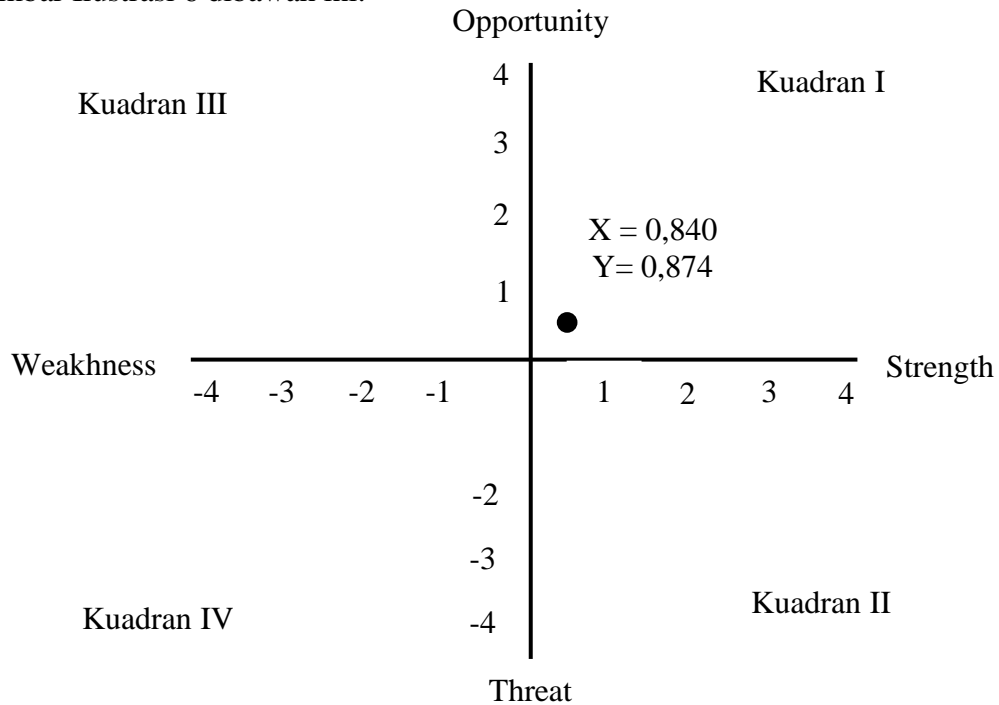
Pengelolaan sistem pemasaran dilakukan oleh petani sendiri – sendiri, disini petani dan tengkulak akan menentukan harga jual semangka sendiri. Penentuan nilai jual buah semangka mayoritas didominasi oleh tengkulak, ini dikarenakan Gapoktan Tani Makmur belum dapat membuat sistem pemasaran satu pintu.

i. Masyarakat sulit maju dan cenderung cepet puas

Masyarakat dilingkungan sekitar Gapoktan sangat sulit untuk menerima perubahan. Masyarakat ini tidak berani mengambil resiko untuk menuju perubahan yang lebih baik. Masyarakat cenderung puas dengan hasil yang stagnan dengan alasan untuk lebih mensyukuri nikmat yang diberikan Tuhan, keadaan seperti ini akan membuat Gapoktan sulit untuk maju.

Tahap setelah menganalisis faktor internal dan eksternal yaitu membuat diagram SWOT. Diagram SWOT terdiri dari dua sumbu, dimana sumbu vertikal merupakan nilai dari faktor eksternal dan sumbu horizontal adalah nilai dari faktor internalnya. Diagram ini berguna untuk mengetahui posisi Gapoktan dalam pemasarannya berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Elyarni dan Hermanto (2016) yang menyatakan bahwa analisis SWOT dapat menunjukkan posisi perusahaan dan kinerja perusahaan yang diperoleh dari kombinasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Berdasarkan hasil dari

penelitian yang telah dilakukan, didapatkan Diagram analisis SWOT seperti pada gambar Ilustrasi 6 dibawah ini.

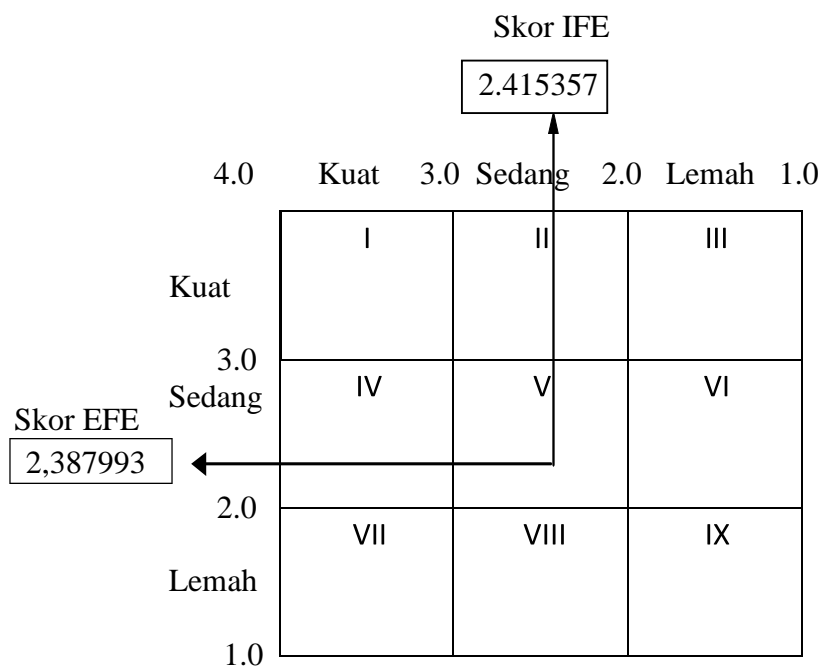


Ilustrasi 6. Analisis Diagram SWOT Gapoktan Tani Makmur

Berdasarkan diagram diatas, posisi Gapoktan Tani Makmur dalam pasaran berada pada kuadran I dengan titik koordinat (0,840 dan 0,874). Nilai X (0,840) diperoleh dari selisih antara kekuatan dengan kelemahan, sedangkan nilai Y (0,874) diperoleh dari selisih antara peluang dengan ancaman. Posisi Gapoktan pada kuadran I sangat menguntungkan karena peluang dan kekuatan Gapoktan lebih besar dari kelemahan dan ancamannya, sehingga sangat memungkinkan untuk melakukan pengembangan usaha. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Rangkuti (2005) yang menyatakan bahwa kuadran I merupakan situasi yang menguntungkan perusahaan tersebut karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga peluang dapat dimanfaatkan dengan maksimal.

4.7. Analisa Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE diperoleh dari hasil penggabungan matriks IFE dan EFE. Nilai total skor dari matriks IFE sebesar 2.415357 yang diperoleh dari penambahan nilai kekuatan dengan kelemahan, nilai ini menggambarkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mengakomodir faktor strategis internal dalam kondisi cukup baik. Pada matriks EFE memiliki total skor sebesar 2,387993 yang diperoleh dari penambahan nilai peluang dengan ancaman yang menggambarkan bahwa kemampuan Gapoktan Tani Makmur dalam menghadapi peluang dan ancaman dalam kondisi cukup baik.



Ilustrasi 7. Matriks Internal Eksternal (IE) Gapoktan Tani Makmur

Berdasarkan pemetaan ke dalam matriks IE, dari masing-masing total skor faktor internal dan eksternal, maka penempatan Gapoktan Tani Makmur berada pada kuadran V. Posisi pada kuadran ini termasuk dalam Pertahankan dan Pelihara penggunaan strategi yang sesuai digunakan pada posisi ini adalah penetrasi pasar

dan pengembangan pasar. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Setyorini, *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa daerah kedua terdiri dari daerah III, V dan VII dengan strategi paling tepat adalah strategi pertahanan dan pemeliharaan (penetrasi pasar dan perkembangan pasar).

Strategi penetrasi pasar dengan berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk yang sudah ada di pasar melalui berbagai cara. Peningkatan pangsa pasar ini dapat dilakukan dengan menjangkau pasar - pasar yang belum disentuh oleh pesaing-pesaing dan melakukan klasifikasi produk. Strategi ini dilakukan karena kualitas produk semangka baik dan permintaan pasar yang tinggi. Pengembangan pasar meliputi pengenalan produk yang ada saat ini ke wilayah pasar yang baru, peningkatan promosi dan melakukan kerjasama dengan perusahaan.

Pengembangan pasar dinilai cukup berhasil untuk mendapatkan pasar baru, ini dikarenakan Gapoktan memiliki produk yang berkualitas dan SDM yang memadai. Keterangan tersebut sesuai dengan pendapat Chatarine (2012) yang menyatakan bahwa pengembangan pasar dapat menjadi strategi yang tepat oleh perusahaan apabila perusahaan mengetahui hal berikut ini: saluran distribusi dapat diandalkan, produk tidak mahal dan berkualitas, terorganisir dengan baik, terdapat pasar baru yang belum dikembangkan, mempunyai modal dan sumberdaya yang baik, kapasitas produksi yang berlebihan dan industri yang cepat berkembang.

4.8. Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan perumusan alternatif strategi yang akan diterapkan dalam pemasaran buah semangka Gapoktan Tani Makmur dengan

mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Gapoktan. Penyusunan strategi matriks SWOT harus selaras dengan hasil analisis sebelumnya, pada analisis matriks IE diketahui posisi Gapoktan berada pada kuadran V dan strategi yang tepat yaitu penetrasi pasar dan perkembangan pasar. Hasil analisis dari matriks IE akan dibuat strategi – strategi yang dicocokkan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Gapoktan. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan hasil Analisis Matriks SWOT seperti pada gambar Tabel 9 dibawah ini.

Tabel 9. Analisis Matriks SWOT Gapoktan Tani Makmur

Internal Eksternal	Kekuatan (S) 1. Produk berkualitas 2. Lokasi Gapoktan strategis 3. Ketepatan waktu panen 4. SDM budidaya baik 5. Harga kompetitif	Kelemahan (W) 1. Distribusi kurang efisien 2. Pemasaran Individu 3. Kurangnya promosi 4. Biaya Produksi tinggi 5. Modal rendah
Peluang (O) 1. Permintaan pasar tinggi 2. Perkembangan IPTEK 3. Pemerintah yang mendukung 4. Iklim dan cuaca mendukung 5. Pertumbuhan Ekonomi baik	1. Melakukan segmentasi Produk (S1,S3,S4,S5-O1,O4,O5) 2. Pemilihan waktu penjualan yang tepat (S1,S3,S5-O1,O2,O5)	1. Pembentukan koperasi dan Badan Pemasaran Gapoktan (W1,W2,W3,W4,W5-O1,O2,O5) 2. Melakukan kerjasama dengan pemerintah (W2,W3,W4,W5-O1,O3,O5)
Ancaman (T) 1. Hama dan penyakit 2. Pesaing 3. Kekuatan tawar tengkulak tinggi 4. Masyarakat sulit untuk maju dan cepat puas	1. Mempertahankan dan meningkatkan produk Gapoktan (S1,S2,S4,S5-T2,T3) 2. Membentuk forum diskusi antar Gapoktan. (S1,S3,S4-T1,T2,T3)	1. Menjalin Kerjasama dengan perusahaan terkait dengan pemasaran dan produksi (W1,W2,W3,W4,W5-T1,T2,T3,T4)

Berdasarkan analisis matriks SWOT diatas diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, Strategi W-O, dan strategi W-T. Hasil analisis matriks SWOT Gapoktan Tani Makmur sebagai berikut :

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memaksimalkan peluang yang ada. Berdasarkan kekuatan dan peluang yang dimiliki Gapoktan Tani Makmur, maka tersusun strategi sebagai berikut:

a. Segmentasi produk

Segmentasi produk merupakan strategi dimana produk yang dipasarkan diklasifikasikan dalam beberapa tingkatan *grade*. Segmentasi produk sangat baik diterapkan untuk menambah keuntungan petani Gapoktan Tani Makmur karena produk dari petani Gapoktan sangat berkualitas, sehingga, jika dilakukan segmentasi produk banyak produk yang tergolong dalam grade satu dengan begitu produk akan memiliki daya jual tinggi. Pemanfaatan peluang permintaan pasar yang tinggi dan pertumbuhan ekonomi yang baik juga bisa dimaksimalkan dengan srategi ini. Kondisi ekonomi yang baik akan menarik konsumen untuk memilih produk yang berkualitas.

b. Pemilihan waktu penjualan yang tepat

Penentuan waktu dalam penjualan merupakan strategi yang cukup baik, hal ini dikarenakan buah semangka merupakan buah musiman. Harga buah semangka akan jatuh pada saat panen raya, untuk itu dibutuhkan pemilihan waktu yang tepat agar harga tetap tinggi. Strategi ini akan

berhasil jika waktu panen Gapoktan lebih awal dari pesaingnya karena *supply* pada saat itu sedikit dan biasanya harga tertinggi buah semangka terjadi sebelum panen raya.

2. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi dimana Gapoktan harus bisa mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Berdasarkan kelemahan dan peluang yang dihadapi Gapoktan, maka dapat dirumuskan strategi sebagai berikut :

a. Pembentukan koperasi dan bidang pemasaran Gapoktan

Inti pokok usaha agribisnis terletak pada pemasarannya termasuk juga Gapoktan Tani Makmur. Gapoktan harus membentuk badan koperasi dan badan pemasaran untuk mengatasi berbagai macam kelemahannya terutama dalam hal keuangan dan pemasaran. Penerapan strategi ini akan berdampak positif bagi sistem keorganisasian di Gapoktan. Pembentukan badan ini juga sangat perlu untuk memaksimalkan peluang – peluang yang didapat Gapoktan, khususnya pada permintaan pasar yang tinggi.

b. Kerjasama dengan pemerintah

Pemerintah saat ini sangat mendukung untuk kemajuan pertanian di negara ini. Upaya pemerintah untuk kemajuan pertanian telah banyak dilakukan mulai dari penetapan undang – undang sampai kerjasama dengan petani. Kebijakan tersebut merupakan peluang bagi Gapoktan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya Keuntungan Gapoktan jika bekerjasama dengan pemerintah sangat banyak, khususnya dalam

bidang pemasaran. Pemerintah bisa memberikan pasar bagi produk Gapoktan, sehingga sebagian besar kelemahan Gapoktan dapat diminimalisir.

3. Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi menggunakan kekuatan untuk menghindar atau mengurangi ancaman. Berdasarkan kekuatan dan ancaman Gapoktan Tani Makmur tersusun alternatif strategi sebagai berikut

a. Mempertahankan dan meningkatkan produk Gapoktan

Produk Gapoktan di mata konsumen sangat penting, jika konsumen menilai produk suatu perusahaan baik, maka otomatis konsumen akan mempromosikan produk tersebut kepada orang lain. Produk Gapoktan harus dijaga dan ditingkatkan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dengan cara Gapoktan harus memberi pengarahan dan pinjaman modal untuk petani anggotanya yang membudidayakan tanaman semangka.

b. Forum diskusi antar Gapoktan.

Diskusi merupakan proses komunikasi dalam bertukar pikiran antara dua orang atau lebih untuk menyelesaikan suatu masalah. Gapoktan bisa bertukar ilmu dan wawasan dengan Gapoktan lain, sehingga bisa mengatasi berbagai macam ancaman – ancamannya khususnya dalam produksi dan pemasaran. Strategi diskusi ini membuat Gapoktan bisa *sharing* tentang keunggulan yang dimiliki seperti cara budidaya yang

baik, cara agar produksinya bagus dan sebagainya, sehingga akan menjadi daya tarik Gapoktan lain untuk ikut forum diskusi tersebut.

4. Strategi W-T

Strategi W-T adalah strategi dimana Gapoktan harus bisa mengurangi kelemahan sekaligus menghindari ancamannya. Berdasarkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi Gapoktan, maka strategi yang harus diterapkan yaitu menjalin kerjasama dengan perusahaan terkait dengan pemasaran dan produksi. Strategi ini dinilai paling baik dari strategi – strategi yang lainnya, karena selain memperbaiki dari segi pemasarannya, strategi ini juga mengurangi masalah finansial. Gapoktan Tani Makmur. Keuntungan yang diperoleh dari segi pemasaran antara lain : memperluas pasar, memotong rantai distribusi dan dengan bekerjasama dengan perusahaan maka jangkauan produk Gapoktan lebih luas, sehingga banyak masyarakat yang mengenal produk Gapoktan tanpa melakukan promosi. Keuntungan secara finansial yaitu perusahaan memberikan bantuan berupa bibit maupun sarana produksi pertanian dan lain – lain.

4.9. Analisis Matriks QSP (Quantitative Strategic Planning)

Matriks QSP merupakan analisis tahap akhir untuk mengetahui prioritas dari strategi – strategi yang telah disusun dalam matriks SWOT. Langkah pertama yang harus dilakukan yaitu menentukan nilai daya tarik relatif atau bisa disebut AS (attractive score) dari berbagai alternative strategi berdasarkan seberapa jauh faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) dan strategi eksternal (peluang dan ancaman) dimanfaatkan atau diperbaiki untuk keberhasilan pemasaran buah

semangka Gapoktan Tani Makmur. Nilai AS diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden internal yang mengenal tentang Gapoktan dan sistem pemasarannya.

Proses penilaian AS (*attractive score*) dilakukan oleh ketua Gapoktan karena telah mengetahui betul potensi - potensi Gapoktan Tani Makmur, ketua juga memiliki otoritas dan kemampuan dalam memilih strategi pemasaran buah semangka. Penentuan nilai bobot dari tiap faktor diambil dari tabel IFE dan EFE. Langkah selanjutnya menentukan nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) dengan cara mengalikan bobot rata – rata dari setiap faktor dengan nilai AS dari tiap faktor. Penentuan prioritas strategi dilihat dari hasil penjumlahan tiap komponen TAS atau biasa disebut STAS (*Sum Total Attractiveness Score*).

Strategi dengan hasil nilai analisis Matriks QSP tertinggi akan dijadikan prioritas pertama dalam pemilihan strategi Pemasaran buah semangka Gapoktan Tani Makmur. Berdasarkan hasil analisis Matriks QSP (lampiran 7), didapatkan hasil urutan prioritas strategi sebagai berikut: strategi menjalin kerjasama dengan perusahaan terkait pemasaran dan produksi dengan nilai STAS sebesar 5,829, strategi yang staratgi pembuatan badan koperasi dan pemasaran dengan nilai STAS sebesar 5,311, Strategi mempertahankan dan meningkatkan citra Gapoktan dengan nilai STAS 5,026, strategi melakukan segmentasi produk dengan nilai STAS sebesar 4,880, strategi melakukan kerjasama dengan pemerintah dengan nilai STAS sebesar 4,740, strategi membentuk forum diskusi antar Gapoktan dengan nilai STAS sebesar 4,576 dan strategi pemilihan waktu penjualan yang tepat dengan nilai STAS sebesar 4,339.