

STRATEGI KEBERLANJUTAN AGRIBISNIS BERAS ORGANIK

Organic Rice Agribusiness Sustainability Strategy

Edy Humaidi¹⁾; Putri Suci Asriani²⁾; Basuki Sigit Priyono³⁾

¹⁾Dosen Program Studi Agribisnis Jurusan Ekonomi dan Bisnis Politeknik Negeri Lampung

^{2),3)}Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu
Email: edyhumaidi145@polinela.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify internal factors and external factors of sustainability of organic rice agribusiness, formulate alternative strategies for the sustainability of organic rice agribusiness, analyze the best strategies that can be applied in the sustainability of organic rice agribusiness. The study used Primary and Secondary Data Types. Primary Data Collection Techniques were obtained through Interviews/Questionnaires with respondents and farmer experts. The analysis technique used is the IFE and EFE matrix, to obtain an alternative strategy using SWOT, while to choose the best strategy use QSPM. The results of this study are: 1. Identification of internal factors shows that there are 23 strengths and 9 weaknesses that have been held in the sustainability of organic rice agribusiness in the Handayani farmer group. 2. From the strategic focus, four alternative strategies are obtained, namely organic rice through the optimal use of production inputs and skills owned by farmers to meet market prospects and increase demand, develop and expand the organic rice market out of the South Sumatra region through the application of internet and work technology together with the government and partners, optimizing the quality of organic rice Through proper handling and postharvest handling, and making Suka Makmur Village an organic agrotourism village. 3. The QSP matrix results show the best strategy of the four alternative S-O strategies is to optimize the quality of organic rice through proper handling and postharvest handling, this condition is seen from the Total Total Attractive Score (TAS) of 4.5406.

Keywords: Sustainability Strategy, Organic Rice, SWOT, QSPM.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal keberlanjutan agribisnis padi organik, merumuskan strategi alternatif untuk keberlanjutan agribisnis padi organik, menganalisis strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam keberlanjutan agribisnis padi organik. Penelitian ini menggunakan Jenis Data Primer dan Sekunder. Teknik Pengumpulan Data Primer diperoleh melalui Wawancara / Kuisisioner dengan responden dan pakar petani. Teknik analisis yang digunakan adalah matriks IFE dan EFE, untuk mendapatkan strategi alternatif menggunakan SWOT, sedangkan untuk memilih strategi terbaik menggunakan QSPM. Hasil penelitian ini adalah: 1. Identifikasi faktor internal menunjukkan bahwa ada 23 kekuatan dan 9 kelemahan yang telah dimiliki dalam keberlanjutan agribisnis padi organik di kelompok tani Handayani. 2. Dari fokus strategis, diperoleh empat strategi alternatif, yaitu beras organik melalui penggunaan input produksi dan keterampilan yang dimiliki oleh petani secara optimal untuk memenuhi prospek pasar dan meningkatkan permintaan, mengembangkan dan memperluas pasar beras organik keluar dari wilayah Sumatera Selatan melalui penerapan internet dan teknologi kerja bersama dengan pemerintah dan mitra, mengoptimalkan kualitas beras organik melalui penanganan dan penanganan pascapanen yang tepat, dan menjadikan Desa Suka Makmur sebagai desa agrowisata organik. 3. Hasil matriks QSP menunjukkan strategi terbaik dari empat alternatif strategi S-O adalah mengoptimalkan kualitas beras organik melalui penanganan yang tepat dan penanganan pascapanen, kondisi ini dilihat dari Total Total Attractive Score (TAS) sebesar 4.5406.

Katakunci: Strategi Keberlanjutan, Beras Organik, SWOT, QSPM

PENDAHULUAN

Hidup sehat menjadi trend di masyarakat langkah tersebut dimulai dengan mengkonsumsi makanan yang sehat yang bebas dari kandungan bahan kimia atau pestisida. Semakin jauh makanan itu dari kandungan bahan kimia atau pestisida, kemungkinan untuk meningkatkan standar hidup sehat semakin terbuka lebar (Hasibuan, 2012; Amin, 2014). Kesadaran masyarakat akan kesehatan dan keamanan pangan ini menyebabkan pergeseran preferensi masyarakat dalam mengkonsumsi beras dari anorganik ke beras organik (Utami, 2011)

Beras organik memiliki harga yang lebih mahal dibanding beras anorganik (konvensional). Beras organik tergolong sebagai produk premium, konsumen utama dari produk ini adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Hal ini juga karena jumlah produksi beras organik masih terbatas dalam skala kecil dan dilakukan oleh kelompok tani binaan (Nafis, 2011).

Pengembangan agribisnis yang ramah lingkungan merupakan agribisnis yang memperhatikan keberlanjutan untuk masa yang akan datang dengan sebaik mungkin dalam menyeimbangkan kebutuhan bisnis atau ekonomi dan

kerlangsungan alam untuk masa yang akan datang (Humaidi, 2015; Pranadji, 2003).

Kelompok Tani Handayani Desa Suka Makmur Kecamatan BTS. Ulu Kabupaten Musi Rawas, merupakan Kelompok Tani pertama yang ada di Sumatera Selatan yang memperoleh sertifikat organik pada usahatani padi dengan NO. REG 028/LSO-SB/2014 dan SNI 6729:2013, luasan lahan dan jumlah petani organik di desa tersebut meningkat, dimana sebelumnya pada tahun 2014 jumlah petani organik sebanyak 54 orang dengan luasan lahan 19 hektar, selanjutnya pada tahun 2016 mengalami peningkatan menjadi 77 orang dengan luasan lahan 36 hektar.

Permintaan beras organik dari tahun ketahun mengalami peningkatan, namun produksi beras organik pada kelompok tani ini masih tergolong rendah, selain itu petani beras organik di daerah penelitian, memiliki kebiasaan dimana mereka lebih memilih menyimpan produksi beras yang dihasilkannya dibandingkan menjual beras tersebut, karena menurut petani di daerah tersebut terdapat kepuasan dan ketenangan apabila melihat lumbung pangan mereka masih tersisa beras, selain itu mereka biasa membagikan beras yang dihasilkan kepada anggota keluarga atau kerabat, kondisi ini semakin menyebabkan kelompok tani tersebut tidak mampu memenuhi permintaan yang kian meningkat setiap harinya, sampai saat ini kelompok tani tersebut selalu mendapat tawaran untuk bekerja sama sebagai penyedia beras organik pada Restaurant dan Hotel di wilayah Sumatera Selatan, namun karena keterbatasan ini, maka petani menolak tawaran tersebut untuk saat ini petani hanya menjual beberapa hasil panennya ke pihak perusahaan dalam hal ini P.T. Medco Energy dan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Musi Rawas, serta masyarakat sekitar dan belum mampu memenuhi permintaan pasar yang tinggi.

Keberlanjutan agribisnis beras organik pada kelompok tani ini perlu diperhatikan, mengingat permintaan akan beras organik yang tinggi dengan harga yang relatif tinggi pula, namun karena lahan yang masih terbatas dan kearifan lokal masyarakat setempat yang tidak menjual seluruh beras organik yang dihasilkan menambah ketidakmampuan kelompok dalam memenuhi permintaan beras organik yang tinggi, padahal dilihat dari permintaan yang tinggi ini dapat menambah pendapatan petani, akan tetapi kearifan lokal yang sudah ada ini juga merupakan kebaikan, dikarenakan dengan tidak menjual seluruh hasil panen, maka petani memiliki cadangan pangan dan terhindar dari kerawanan pangan artinya petani di daerah tersebut mandiri akan pangan, mengingat pendapatan utama masyarakat di daerah tersebut yang merupakan petani karet dimana karet merupakan komoditi ekspor yang harganya sangat berfluktuasi tergantung keadaan perekonomian dunia. Oleh karena itu, perlu dipikirkan langkah strategis dalam menjaga keberlanjutan agribisnis beras organik pada Kelompok Tani Handayani, sehingga kedepan dapat memberikan

dampak yang lebih baik dan mampu mendorong peningkatan pendapatan petani di Kabupaten Musi Rawas.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana strategi keberlanjutan agribisnis beras organik di Kelompok Tani Handayani Kecamatan BTS Ulu Kabupaten Musi Rawas. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal keberlanjutan agribisnis beras organik, Merumuskan alternatif-alternatif strategi pada keberlanjutan agribisnis beras organik, dan Menganalisis strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam keberlanjutan agribisnis beras organik.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani Handayani Desa Suka Makmur Kecamatan BTS. Ulu Cecar Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan. Pemilihan objek penelitian dilakukan dengan sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan petani di desa tersebut merupakan petani padi sawah organik pertama yang bersertifikat di Propinsi Sumatera Selatan.

Metode Penarikan Sampel (Sampling)

Responden penelitian terdiri dari petani padi organik di Kelompok Tani Handayani (Produsen) dan para pakar di Kabupaten Musi Rawas. Pada sampel petani padi organik populasi petani sebanyak 77 responden dimana mereka tergabung didalam satu kelompok tani yakni Kelompok Tani Handayani, dengan 11 petani sebagai pengurus, maka seluruh petani yang menjadi pengurus diambil sebagai responden yakni 11 orang, selain itu untuk anggota kelompok tani yang bukan pengurus diambil presisi 10 persen dari jumlah anggota non pengurus 66 orang, maka diperoleh 6 anggota non pengurus, sehingga diperoleh jumlah responden untuk pelaku usahatani padi organik sebanyak 17 orang. Selanjutnya untuk responden para pakar teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* kategori *judgement sampling*. Menurut (Kuncoro, 2009) untuk mendapatkan informasi yang relevan dan tersedia dari sumber-sumber tertentu dan mencari sumber dari para ahli, maka digunakan *judgement sampling*. Selanjutnya kelompok pakar yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dilihat secara rinci pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Pakar yang Terlibat Dalam Strategi Keberlanjutan Agribisnis Beras Organik

Stakeholder	Kabupaten Musi Rawas	Jumlah
Pemerintah	Kabid. Produksi & Pertumbuhan Tanaman Pangan	1
	Kepala Seksi Pengolahan Hasil & Mutu Pertanian	1
	Kepala Dinas Pertanian & Peternakan	1
PT. Medco Energy	Community Development Departement	1
Akademisi	Universitas Bengkulu	1
	Universitas Musi Rawas	2

Metode Analisis

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab permasalahan yang pertama dalam penelitian ini yakni mengidentifikasi factor internal dan eksternal dalam keberlanjutan agribisnis beras organik. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan Matriks IFE dan Matriks EFE. Variabel-variabel yang diperoleh tersebut diidentifikasi oleh responden dengan menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2013), dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social digunakan skala likert. Sofyar & Eriyatno, (2007) mengemukakan bahwa skala dapat dinyatakan sebagai: 5 = Sangat setuju, 4 = Setuju, 3 = Cukup setuju, 2 = Kurang setuju, 1 = Sangat setuju.

Analisis SWOT

Analysis SWOT digunakan didalam penelitian ini untuk menjawab persalahan kedua mengenai perumusan strategi keberlanjutan agribisnis beras organik. Model analisis matrik SWOT yang digunakan seperti ditunjukkan oleh Tabel 2. berikut:

Tabel 2. Matriks SWOT

Faktor Internal	Faktor Eksternal	Strategi
Kekuatan/Strengths (S)	Peluang/Oportunities (O)	S-O
Faktor-Faktor Kekuatan	Faktor-Faktor Peluang	Strategi menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang
Kelemahan/Weaknesses (W)	Peluang/Oportunities (O)	W-O
Faktor-Faktor Kelemahan	Faktor-Faktor Peluang	Strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Kekuatan/Strengths (S)	Ancaman/Treaths (T)	S-T
Faktor-Faktor Kekuatan	Faktor-Faktor Ancaman	Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
Kelemahan/Weaknesses (W)	Ancaman/Treaths (T)	W-T
Faktor-Faktor Kelemahan	Faktor-Faktor Ancaman	Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Pemilihan Strategi Terbaik (Prioritas)

Untuk menjawab permasalahan ketiga mengenai strategi terbaik keberlanjutan agribisnis beras organik yang dapat diterapkan maka digunakan matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

HASIL DAN PEMBAHASAN**Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal**

Faktor-faktor strategis internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam keberlanjutan agribisnis beras organik dalam penelitian ini dapat dilihat secara rinci pada Tabel 3.

Tabel 3. Identifikasi Faktor Internal

Faktor Strategis Internal	
A. Kekuatan	
1.	Kepastian ketersediaan bibit untuk padi organik
2.	Kepastian ketersediaan bahan untuk pembuatan pupuk organik
3.	Kepastian ketersediaan bahan untuk pembuatan pestisida organik
4.	Ketersediaan lahan yang tersertifikasi organik
5.	Ketersediaan sumber air yang tidak tercemar bahan kimia
6.	Kepastian berjalannya keberadaan rumah kompos kelompok tani padi organik
7.	Keterampilan petani dalam membuat pupuk organik
8.	Keterampilan petani dalam membuat pestisida organik
9.	Pengalaman petani dalam budidaya padi organik
10.	Kesesuain lokasi persawahan untuk pertanian organik
11.	Pengolahan lahan yang ramah lingkungan
12.	Komitmen petani untuk menggunakan bahan organik dalam setiap rangkaian proses produksi
13.	Biaya produksi yang lebih murah
14.	Produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan tersertifikat organik
15.	Ketersediaan Penggilingan Padi (RMU) padi organik
16.	Ketersediaan mesin packing
17.	Ketersediaan jaringan pemasaran beras organik
18.	Keberadaan/eksistensi kelompok tani
19.	Adanya kerja sama dengan pihak pemerintah dan Mitra (PT. Medco Energy) yg mendukung keberadaan pertanian organik
20.	Ketersediaan tenaga ahli dari pemerintah atau pihak Mitra (PT. Medco Energy)
21.	Ketersediaan dukungan teknis dari penyuluh
22.	Adanya system pengawasan internal dalam usahatani padi organik yang dilakukan kelompok tani
23.	Adanya pembinaan dan pelatihan terhadap anggota kelompok tani padi organik
B. Kelemahan	
1.	Rendahnya daya beli petani terhadap bahan baku pupuk organik
2.	Rendahnya daya beli petani terhadap bahan baku pestisida organik
3.	Rendahnya kemampuan petani dalam menggunakan RMU
4.	Rendahnya kemampuan petani dalam menggunakan mesin packing
5.	Kurangnya pelatihan kepada petani dalam proses pengolahan hasil padi organik
6.	Lemahnya posisi tawar harga beras organik di tingkat petani
7.	Kurang tumbuhnya akses penjualan beras organik
8.	Kurang aktifnya Koperasi kelompok tani
9.	Kurangnya akses ke pihak universitas sebagai pusat informasi petani beras organik

Sumber : Data Primer Hasil Olahan, 2017

Berdasarkan Tabel 3. di atas diketahui bahwa pada faktor internal terdapat 23 kekuatan dan 9 kelemahan, selanjutnya untuk faktor eksternal dalam keberlanjutan agribisnis beras organik dapat dilihat pada Tabel 4. berikut :

Tabel 4. Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor Strategis Eksternal	
A. Peluang	
1.	Prospek pasar dan permintaan yang semakin meningkat
2.	Pasar produk beras organik yang meluas
3.	Harga jual beras organik yang tinggi
4.	Adanya kebijakan/program pemerintah yang mendukung pertanian organik
5.	Perhatian Pihak Pemerintah dan Mitra/Perusahaan
6.	Adanya bantuan dari pemerintah dan pihak mitra/perusahaan
7.	Kesadaran petani/masyarakat akan pangan sehat (Pola Hidup Sehat)
8.	Potensi wilayah mendukung usahatani padi organik
9.	Tersedianya irigasi sederhana tersendiri untuk pertanian organik
10.	Kemampuan petani mengikuti perkembangan informasi dan teknologi sertifikasi produk organik
11.	Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat
12.	Ketersediaan teknologi pengolahan pupuk organik
13.	Ketersediaan teknologi pengolahan pestisida organik
B. Ancaman	
1.	Daya beli konsumen/masyarakat yang rendah
2.	Tingkat alih fungsi lahan pertanian
3.	Kemampuan petani dalam menggunakan teknologi pengolahan hasil yang masih rendah
4.	Persaingan dari petani padi organik yang berasal dari daerah lain
5.	Persaingan penjualan beras organik dan beras anorganik/konvensional
6.	Produktifitas padi organik masih kalah dibandingkan produksi padi anorganik/konvensional

Sumber : Data Primer Hasil Olahan, 2017

Tabel 4 di atas, diketahui bahwa pada faktor eksternal keberlanjutan agribisnis beras organik terdapat 13 peluang dan 6 ancaman.

Matriks IFE dan EFE

Adapun hasil Internal Faktor Evaluation dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5. Total skor IFE sebesar 3,017 artinya kondisi faktor internal kuat yang bermakna bahwa kekuatan yang dimiliki mampu mengatasi kelemahan-kelemahan didalam keberlanjutan agribisnis beras organik. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan IFE dapat diketahui bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan yang paling berpengaruh pada kelompok ini

adalah keberadaan/eksistensi kelompok tani. Hal ini ditunjukkan dengan total skor sebesar 0,160.

Tabel 5. Evaluasi Faktor Internal (IFE)

	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
A. Kekuatan				
1.	Kepastian ketersediaan bibit untuk padi organik	0.0477	3.29	0.157
2.	Kepastian ketersediaan bahan untuk pembuatan pupuk organik	0.0401	3.29	0.132
3.	Kepastian ketersediaan bahan untuk pembuatan pestisida organik	0.0404	3.00	0.121
4.	Ketersediaan lahan yang tersertifikasi organik	0.0377	3.29	0.124
5.	Ketersediaan sumber air yang tidak tercemar bahan kimia	0.0427	3.00	0.128
6.	Kepastian berjalannya keberadaan rumah kompos kelompok tani padi organik	0.0364	2.71	0.099
7.	Keterampilan petani dalam membuat pupuk organik	0.0401	3.29	0.132
8.	Keterampilan petani dalam membuat pestisida organik	0.0400	3.14	0.126
9.	Pengalaman petani dalam budidaya padi organik	0.0205	2.86	0.059
10.	Kesesuaian lokasi persawahan untuk pertanian organik	0.0385	3.14	0.121
11.	Pengolahan lahan yang ramah lingkungan	0.0338	3.00	0.101
12.	Komitmen petani untuk menggunakan bahan organik	0.0397	2.71	0.108
13.	Biaya produksi yang lebih murah	0.0380	2.86	0.109
14.	Produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan tersertifikat	0.0388	3.43	0.133
15.	Ketersediaan Penggilingan Padi (RMU) padi organik	0.0239	3.00	0.072
16.	Ketersediaan mesin packing	0.0223	3.00	0.067
17.	Ketersediaan jaringan pemasaran beras organik	0.0139	2.71	0.038
18.	Keberadaan/eksistensi kelompok tani	0.0447	3.57	0.160
19.	Adanya kerja sama dengan pihak pemerintah dan Mitra (PT. Medco Energy) yg mendukung keberadaan pertanian organik	0.0428	3.71	0.159
20.	Ketersediaan tenaga ahli dari pemerintah atau pihak Mitra	0.0393	3.71	0.146
21.	Ketersediaan dukungan teknis dari penyuluh	0.0403	3.43	0.138
22.	Adanya system pengawasan internal dalam usahatani padi organik yang dilakukan kelompok tani	0.0387	3.14	0.122
23.	Adanya pembinaan dan pelatihan terhadap anggota kelompok tani	0.0275	2.86	0.078

B. Kelemahan			
1. Rendahnya daya beli petani terhadap bahan baku pupuk organik	0.0233	2.43	0.057
2. Rendahnya daya beli petani terhadap bahan baku pestisida organik	0.0228	2.00	0.046
3. Rendahnya kemampuan petani dalam menggunakan RMU	0.0204	2.14	0.044
4. Rendahnya kemampuan petani dalam menggunakan mesin packing	0.0135	1.43	0.019
5. Kurangnya pelatihan kepada petani dalam proses pengolahan hasil	0.0228	2.43	0.055
6. Lemahnya posisi tawar harga beras organik di tingkat petani	0.0083	2.43	0.020
7. Kurang tumbuhnya akses penjualan beras organik	0.0110	2.43	0.027
8. Kurang aktifnya koperasi kelompok tani	0.0295	2.43	0.072
9. Kurangnya akses ke pihak universitas sebagai pusat informasi petani	0.0209	2.43	0.051
Total (Kekuatan + Kelemahan)	1		3,017

Sumber : Data Primer Hasil Olahan, 2017

Dengan keberadaan/eksistensi kelompok tani yang dimiliki, maka hal ini dapat mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik pada kelompok tersebut, belum lagi didukung oleh kepastian ketersediaan bibit padi organik yang kuat, terlihat dari total skor yang dimiliki yakni 0,157, kondisi ini sangat mendukung akan keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok tersebut karena bibit padi organik merupakan hal yang mutlak yang harus terjamin ketersediannya demi keberlanjutan didalam budidaya padi organik.

Sedangkan faktor strategis internal yang menjadi kelemahan yang paling berpengaruh bagi keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok ini adalah daya beli petani terhadap bahan baku pupuk organik dengan total skor 0,057, selain masih lemahnya daya beli petani terhadap bahan baku pupuk organik, hal ini diperparah dengan lemahnya pelatihan kepada petani dalam pengolahan hasil beras organik dengan total skor 0,055, kedua faktor kelemahan terbesar ini akan sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok tersebut.

Dengan lemahnya daya beli petani terhadap bahan baku pupuk organik akan menghambat keberlanjutan agribisnis beras organik, apabila bahan baku pupuk organik tidak terjamin akan ketersediaannya dari lingkungan sekitar, maka petani harus membeli, namun lemahnya daya beli ini, otomatis pasokan pupuk organik untuk budidaya padi organik akan terganggu, sehingga keberlanjutan agribisnis beras organik akan terganggu pula. Kemudian lemahnya pelatihan kepada petani dalam pengolahan hasil padi organik, akan berdampak pada kehilangan hasil panen, rendahnya kualitas dan daya tahan produk, kurangnya nilai tambah produk, dapat menyebabkan rendahnya daya

saing produk, yang akhirnya menurunkan pendapatan, sehingga dapat mengganggu keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok ini.

Hasil Eksternal Faktor Evaluation (IFE), dalam keberlanjutan agribisnis beras organik disajikan pada Tabel 6. Berdasarkan Tabel 6 diketahui total skor EFE sebesar 2,866 artinya kondisi faktor eksternal kuat yang bermakna bahwa kondisi faktor eksternal merespon peluang maupun ancaman yang dihadapinya dengan sangat baik atau bisa disimpulkan bahwa peluang yang dimiliki mampu mengatasi ancaman di dalam keberlanjutan agribisnis beras organik.

Dari perhitungan EFE tersebut juga diketahui bahwa peluang yang paling berpengaruh terhadap keberlanjutan agribisnis beras organik adalah kemampuan petani mengikuti perkembangan informasi dan teknologi sertifikasi produk organik dengan total skor 0,293, kemampuan yang dimiliki ini tentu saja dapat menjadi peluang akan keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok ini, dikarenakan secara otomatis dengan kemampuan tersebut petani dapat menjamin produk organik yang dihasilkan melalui sertifikat produk organik tersebut, sehingga kepercayaan konsumen menjadi tinggi dan permintaan akan beras organik turut meningkat, belum lagi didukung oleh prospek pasar dan permintaan yang semakin meningkat, dilihat dari total skor yang dimiliki yakni sebesar 0,259, yang jelas dapat mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik.

Tabel 6. Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

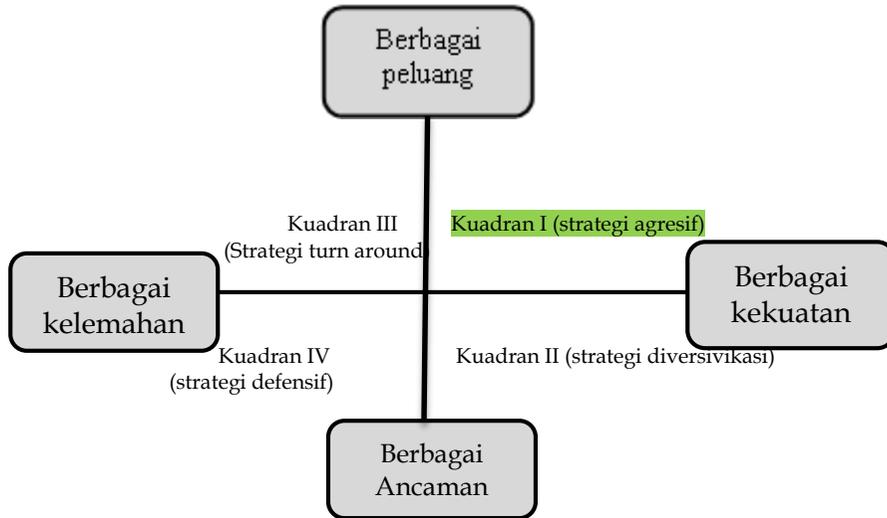
	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
A.	Peluang			
1.	Prospek pasar dan permintaan yang semakin meningkat	0.0863	3.00	0.259
2.	Pasar produk beras organik yang meluas	0.0532	2.86	0.152
3.	Harga jual beras organik yang tinggi	0.0466	3.00	0.140
4.	Adanya kebijakan/program pemerintah yang mendukung pertanian organik	0.0379	3.00	0.114
5.	Perhatian Pihak Pemerintah dan Mitra/Perusahaan	0.0413	3.43	0.141
6.	Adanya bantuan dari pemerintah dan pihak mitra/perusahaan	0.0273	3.14	0.086
7.	Kesadaran petani/masyarakat akan pangan sehat (Pola Hidup Sehat)	0.0671	3.00	0.201
8.	Potensi wilayah mendukung usahatani padi organik	0.0611	3.29	0.201
9.	Tersedianya irigasi sederhana tersendiri untuk pertanian organik	0.0618	3.29	0.203
10.	Kemampuan petani mengikuti perkembangan informasi dan teknologi sertifikasi produk organik	0.0976	3.00	0.293
11.	Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat	0.0640	2.86	0.183
12.	Ketersedian teknologi pengolahan pupuk organik	0.0811	3.00	0.243
13.	Ketersedian teknologi pengolahan pestisida organik	0.0804	2.71	0.218

B. Ancaman				
1.	Daya beli konsumen/masyarakat yang rendah	0.0221	2.29	0.051
2.	Tingkat alih fungsi lahan pertanian	0.0332	2.43	0.081
3.	Kemampuan petani dalam menggunakan teknologi pengolahan hasil yang masih rendah	0.0238	2.29	0.054
4.	Persaingan dari petani padi organik yang berasal dari daerah lain	0.0322	2.14	0.069
5.	Persaingan penjualan beras organik dan beras anorganik/konvensional	0.0503	2.00	0.101
6.	Produktifitas padi organik masih kalah dibandingkan produksi padi anorganik/konvensional	0.0315	2.43	0.076
Total (Peluang + Ancaman)		1		2,866

Sumber : Data Primer Hasil Olahan, 2017

Sedangkan faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman yang paling berpengaruh bagi keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok ini adalah persaingan penjualan beras organik dan anorganik, dilihat dari total skor 0,101. Kondisi ini sangat mengancam akan keberlanjutan agribisnis beras organik yang dihasilkan kelompok tersebut, dimana dari sisi harga jelas produk beras organik kalah bersaing dengan beras anorganik yang lebih murah, namun produk ini memiliki konsumen tersendiri yakni, konsumen yang memperhatikan kesehatan cenderung lebih memilih beras organik, selain persaingan dengan beras anorganik ancaman lainnya yang berpengaruh besar terhadap keberlanjutan agribisnis beras organik adalah tingkat alih fungsi lahan dilihat dari total skor 0,081, ancaman dengan meningkatnya alih fungsi lahan berdampak pada berkurangnya lahan sawah padi organik yang nantinya dapat mengancam keberlanjutan agribisnis beras organik di Kelompok Tani Handayani.

Selanjutnya hasil analisis kuadran, diperoleh total skor bobot faktor internal dan eksternal terletak pada posisi kuadran 1 (3,017;2,866). Menurut (Mangkuprawira, 2016; Marimin, 2004; T. L. Saaty, 2008), kondisi ini sangat baik karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, oleh karena itu strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif. Posisi kuadran dapat di lihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1.
Posisi Kuadran Keberlanjutan Agribisnis Beras Organik

Alternatif Strategi Keberlanjutan Agribisnis Beras Organik

Tabel 7. Alternatif Strategi S-O

Faktor Internal	Faktor Eksternal	Strategi
Kekuatan (S)	Peluang (O)	Alternatif Strategi (S-O)
Subsistem Penyedia Input : 1. Kepastian ketersediaan bibit 2. Kepastian ketersediaan bahan untuk pembuatan pupuk organik 3. Kepastian ketersediaan bahan untuk pembuatan pestisida organik 4. Ketersediaan lahan yang tersertifikasi 5. Ketersediaan sumber air yang tidak tercemar bahan kimia 6. Kepastian berjalannya keberadaan rumah kompos kelompok tani padi organik Subsistem produksi : 7. Keterampilan petani dalam membuat pupuk organik 8. Keterampilan petani dalam membuat pestisida organik 9. Pengalaman petani dalam budidaya padi organik 10. Kesesuaian lokasi persawahan untuk pertanian organik 11. Pengolahan lahan yang ramah lingkungan 12. Komitmen petani untuk menggunakan bahan organik 13. Biaya produksi yang lebih murah 14. Produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan tersertifikat organik	Aspek Ekonomi : 1. Prospek pasar dan permintaan yang semakin meningkat 2. Pasar produk beras organik yang meluas 3. Harga jual beras organik yang tinggi Politik Hukum & Pemerintahan: 4. Adanya kebijakan/program pemerintah yang mendukung pertanian organik 5. Perhatian Pihak Pemerintah dan Mitra/Perusahaan 6. Adanya bantuan dari pemerintah dan pihak mitra/perusahaan Sosbud/Demografi/Lingkungan: 7. Kesadaran petani/masyarakat akan pangan sehat (Pola Hidup Sehat) 8. Potensi wilayah mendukung usahatani padi organik 9. Tersedianya irigasi sederhana tersendiri untuk pertanian organik	1. Mengoptimalkan produksi beras organik melalui pemanfaatan input produksi dan keterampilan yang dimiliki petani secara optimal guna memenuhi prospek pasar dan permintaan yang meningkat (S1,S2,S3,S4,S5, S6,S7,S8,S9,S10,S20, S21, O1,O2,O3,O7,O8, O9) 2. Mengembangkan dan memperluas pasar beras organik sampai keluar daerah Sumatera Selatan melalui aplikasi teknologi internet dan kerja sama dengan pihak pemerintah dan mitra (S18,S19,

Subsistem Pengolahan Hasil	Teknologi:	
15. Ketersediaan Penggilingan Padi (RMU)	10. Kemampuan petani mengikuti perkembangan informasi dan teknologi sertifikasi produk organik	3. Mengoptimalkan kualitas beras organik melalui pengemasan dan penanganan pasca panen yang tepat (S14,S15,S16,S20,S21, S22,S23,O5, O10,O11)
16. Ketersediaan mesin packing	11. Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat	4. Menjadikan Desa Suka Makmur sebagai Desa agrowisata padi organik (S14,S18,S19,S20, S21,O4,O5,O6,O7, O8,O11,O12,O13)
Subsistem Pemasaran :	12. Ketersediaan teknologi pengolahan pupuk organik	
17. Ketersediaan jaringan pemasaran	13. Ketersediaan teknologi pengolahan pestisida organik	
Subsistem Penunjang :		
18. Keberadaan/eksistensi kelompok tani		
19. Adanya kerja sama dengan pihak pemerintah dan Mitra (PT. Medco Energy) yg mendukung keberadaan pertanian organik		
20. Ketersediaan tenaga ahli dari pemerintah atau pihak Mitra (PT. Medco Energy)		
21. Ketersediaan dukungan teknis dari penyuluh		
22. Adanya system pengawasan internal dalam usahatani padi organik		
23. Adanya pembinaan dan pelatihan terhadap anggota kelompok tani		

Sumber : Data Primer Hasil Olahan, 2017

Strategi Terbaik dalam Keberlanjutan Agribisnis Beras Organik

Pemilihan strategi terbaik dari alternatif hasil analisis SWOT, dilakukan menggunakan alat analisis matriks QSPM. Adapun urutan strategi terbaik tersebut dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Matriks QSPM Keberlanjutan Agribisnis Beras Organik

No	Alternatif Strategi	TAS	Rank
1.	Mengoptimalkan produksi beras organik melalui pemanfaatan input produksi dan keterampilan yang dimiliki petani secara optimal guna memenuhi prospek pasar dan permintaan yang meningkat	4.3160	III
2.	Mengembangkan dan memperluas pasar beras organik sampai keluar daerah Sumatera Selatan melalui aplikasi teknologi internet dan kerja sama dengan pihak pemerintah dan mitra	4.4813	II
3.	Mengoptimalkan kualitas beras organik melalui pengemasan dan penanganan pasca panen yang tepat	4.5406	I
4.	Menjadikan Desa Suka Makmur sebagai Desa agrowisata padi organik	2.8546	IV

Sumber : Data Primer Hasil Olahan, 2017

Dari Tabel 8 di atas diketahui bahwa strategi terbaik/prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam keberlanjutan agribisnis Kelompok Tani Handayani adalah mengoptimalkan kualitas beras organik melalui pengemasan dan penanganan pasca panen yang tepat, kondisi ini dilihat dari nilai Total

Attractive Score (TAS) sebesar 4,5406, lebih besar dari nilai TAS pada alternative strategi yang lainnya.

Pengoptimalan kualitas produk ini perlu dilakukan untuk keberlanjutan agribisnis beras organik, karena dengan produk yang berkualitas, maka kepuasan konsumen tersebut akan tercapai, sehingga terjadi loyalitas konsumen terhadap produk beras organik yang dihasilkan, hal ini sejalan dengan pendapat (Fauzan, 2004; Kantohe & Karuntu, 2014; Utami, 2011) yang menyatakan bahwa produsen/perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk dengan kualitas terjamin dari waktu ke waktu, karena hanya produk yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang bisa bertahan didalam menghadapi kompetitor, selain itu konsumen akan loyal terhadap produsen, jika produsen tersebut mampu memberikan produk yang berkualitas yang mampu memuaskan konsumen. Selanjutnya Amin et al., (2020); Hasan, (2013), menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan kuat dengan loyalitas konsumen.

Dari uraian di atas, disimpulkan bahwa strategi pengoptimalan kualitas beras organik perlu dilakukan demi keberlanjutan agribisnis beras organik pada kelompok ini, selain itu strategi ini juga didukung oleh ketersediaan mesin RMU dan mesin Packing, diharapkan ketersediaan peralatan ini dapat diimbangi dengan keterampilan petani dalam pengolahan hasil melalui pelatihan dan dukungan dari pihak pemerintah serta mitra, sehingga kualitas produk beras organik yang dihasilkan dapat optimal dan dapat memenuhi keinginan konsumen yang berdampak pada kesetiaan konsumen ataupun daya saing produk tersebut, yang akhirnya agribisnis beras organik kelompok ini dapat berlanjut hingga masa yang akan datang.

Selanjutnya strategi yang memiliki nilai TAS terbesar kedua dalam mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik pada Kelompok Tani Handayani adalah mengembangkan dan memperluas pasar beras organik sampai keluar daerah Sumatera Selatan melalui aplikasi teknologi internet dan kerja sama dengan pihak pemerintah dan mitra, dengan nilai Total Attractive Score (TAS) sebesar 4,4813.

Pengembangan dan perluasan pasar erat kaitanya dengan penjualan produk beras organik dengan melakukan pengembangan dan perluasan pasar diharapkan penjualan produk beras organik dapat lebih tinggi, selain itu dengan pengembangan dan perluasan pasar diharapkan produk lebih dikenal oleh konsumen tidak hanya didaerah asal produk tetapi sampai keluar daerah seperti diluar daerah Sumatera Selatan, sehingga keberlanjutan agribisnis beras organik pada kelompok ini juga dapat terjamin, untuk melakukan pengembangan dan perluasan pasar beras organik ini sampai keluar daerah Sumatera Selatan dapat dilakukan melalui dukungan teknologi yang kian berkembang saat ini seperti melalui teknologi internet yakni bisa melakukan promosi dan penjualan secara online, selain itu bisa juga melalui dukungan pihak pemerintah dan mitra, dalam

hal ini pihak pemerintah dan mitra dapat memberikan dukungan berupa melakukan promosi produk tersebut kesetiap agenda pameran diluar daerah, selain itu juga dapat melalui pelatihan kepada anggota kelompok tani mengenai pemasaran dan penggunaan teknologi internet khususnya pemasaran online.

Pemasaran digital dengan menggunakan internet dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Chung, 2011; Mustari., 2017; Wahyudi et al., 2019). Menurut Husodo S, (2003), berdasarkan hasil penelitiannya pemasaran secara online relative lebih efektif 3-4 jam perhari. (Husodo S, 2003) sebanyak 56 % responden lebih suka menggunakan email, kemudian disusul situs belanja *online*, blog, *search engine* dan media lainnya

Namun dari temuan di lokasi penelitian terdapat kearifan lokal masyarakat di daerah tersebut yang cenderung tidak menjual beras organik yang dimiliki tetapi lebih memilih menyimpan dilumbung pangannya masing-masing sebagai cadangan pangan atau membagikannya ke anggota keluarga atau kerabat, satu sisi ini merupakan hal yang positif dimana dengan adanya cadangan pangan, maka penduduk desa tersebut terhindar dari kerawanan pangan, disisi lain kondisi ini akan mengganggu didalam strategi pengembangan dan perluasan pasar dikarenakan apabila pasar telah berkembang dan luas, maka diperlukan produk yakni beras organik dalam jumlah yang besar, akan tetapi karena keraifan local tersebut jumlah yang besar tersebut sulit untuk dipenuhi. Kondisi ini direspon Kelompok Tani Handayani dengan tetap setuju untuk melanjutkan strategi pengembangan dan perluasan pasar beras organik ke luar daerah Sumatera Selatan, menurut mereka kondisi ini dapat diatasi dengan peningkatan produksi beras organik, hal ini didukung oleh kondisi yang terjadi di desa tersebut, dimana saat ini masih terdapat 25 petani padi anorganik dengan luasan lahan sebesar 9,5 hektar, yang mana petani anorganik tersebut akhir-akhir ini telah melakukan budidaya secara organik tetapi belum tersertifikat dan direncanakan akan disertifikasi organik juga seperti petani lainnya, diharapkan apabila sudah tersertifikat, maka dapat membantu menambah jumlah produksi beras organik kelompok ini.

Setelah pengembangan dan perluasan pasar alternatif strategi yang berada pada peringkat ke tiga didalam mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik di Kelompok Tani Handayani adalah mengoptimalkan produksi beras organik melalui pemanfaatan input produksi dan keterampilan yang dimiliki petani secara optimal guna memenuhi prospek pasar dan permintaan yang meningkat, dengan nilai Total Attractive Score (TAS) sebesar 4.3160.

Selain kedua alternatif strategi sebelumnya yang memiliki prioritas lebih tinggi, strategi pengoptimalan produksi beras dirasakan juga sangat diperlukan dalam mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik, dikarenakan dengan prngoptimalan produksi, maka permintaan dan pasar yang meluas dapat terpenuhi, pada alternatif strategi yang merupakan prioritas pertama yakni pengoptimalan kualitas, apabila strategi tersebut diterapkan dan dihasilkan

kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka terjadi peningkatan permintaan, akibatnya kebutuhan konsumen akan beras organik turut meningkat begitupun pada alternatif strategi yang kedua yakni pengembangan dan perluasan pasar apabila telah diterapkan dan berjalan dengan baik, maka hal yang sama juga akan terjadi, sehingga konsekuensilogisnya adalah ketiga alternatif strategi ini saling terhubung dan ketergantungan satu sama lain.

Dilihat dari kondisi internal faktor yang tersedia, bahwa pengoptimalan produksi beras organik ini, sangat mungkin dilakukan mengingat terdapat input produksi yang selalu tersedia dan juga keterampilan yang dimiliki petani, dengan adanya dua hal ini diharapkan produksi beras organik dapat dioptimalkan, mengingat dari sisi peluang juga terdapat permintaan dan prospek pasar yang meningkat, kondisi ini sangat menguntungkan didalam mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik, sehingga kekuatan yang dimiliki yakni ketersediaan input produksi dan keterampilan petani haruslah dimanfaatkan secara optimal, demi tercapainya produksi yang optimal guna memenuhi permintaan dan pasar yang meluas.

Selanjutnya untuk alternatif strategi yang berada pada posisi/prioritas ke empat didalam mendukung keberlanjutan agribisnis beras organik di Kelompok Tani Handayani adalah menjadikan Desa Suka Makmur sebagai Desa agrowisata padi organik, dengan nilai Total Attractive Score (TAS) sebesar 2,8546.

Pengembangan Desa agrowisata berpotensi meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa tersebut, dikarenakan degan menjadi Desa agrowisata dimungkinkan untuk dibangun toko hasil-hasil pertanian organik dan menjadi media promosi keberadaan beras organik Kelompok Tani Handayani. Menjadikan Desa Suka Makmur ini sebagai desa agrowisata padi organik sangat mungkin dilakukan, kondisi ini didukung oleh keberadaan Desa yang masih asri sebagai objek wisata alam, selain itu didukung juga oleh eksistensi/keberadaan kelompok tani dan pihak pemerintah serta mitra.

Alternatif strategi ini berada pada urutan terakhir dengan nilai TAS terendah, kondisi ini dikarenakan untuk menjadikan suatu Desa menjadi Desa agrowisata membutuhkan persiapan yang baik dan perlu dilakukan kesiapan dari seluruh aspek bukan hanya dukungan dari pihak pemerintah dan mitra, oleh sebab itu alternatif ini berada posisi, selain itu dilihat dari ketiga alternatif sebelumnya yakni, pengoptimalan kualitas, pengembangan dan perluasan pasar, serta pengoptimalan produksi, maka dirasakan perlu diterapkan terlebih dahulu, dibandingkan langsung memilih menjadikan Desa tersebut sebagai desa agrowisata padi organik, logikanya untuk menjadi Desa agrowisata juga perlu didukung dengan kemantapan dari ketiga alternatif strategi sebelumnya seperti kualitas produk sudah optimal, pasar sudah luas sampai keluar daerah dan produksi sudah optimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil identifikasi faktor internal menunjukkan terdapat 23 kekuatan dan 9 kelemahan yang dimiliki dalam keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok tani Handayani dengan kekuatan utama adalah keberadaan/eksistensi kelompok tani yang dilihat dari total skor 0,160 Sedangkan faktor strategis internal yang menjadi kelemahan utama adalah daya beli petani terhadap bahan baku pupuk organik dengan total skor 0,057, selanjutnya hasil identifikasi faktor eksternal menunjukkan terdapat 16 peluang dan 6 ancaman yang dimiliki dalam keberlanjutan agribisnis beras organik di kelompok tani dengan peluang utama yakni kemampuan petani mengikuti perkembangan informasi dan teknologi sertifikasi produk organik dilihat dari total skor 0,293, Sedangkan faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman utama adalah persaingan penjualan beras organik dan anorganik, dilihat dari total skor 0,101.
2. Total skor bobot faktor internal dan eksternal terletak pada posisi kuadran 1 (3,017;2,866) artinya focus strategi yang dipilih adalah strategi agresif (S-O).
3. Mengoptimalkan kualitas beras organik melalui pengemasan dan penanganan pasca panen, merupakan strategi terbaik, dilihat dari Total Score Attractive terbesar 4,5406.

Saran

Kelompok Tani Handayani perlu memperbaiki faktor yang menjadi kelemahan utama dan meningkatkan faktor yang menjadi kekuatan utama yang memiliki kepentingan relatif tertinggi. Kemudian Kelompok Tani Handayani perlu juga memanfaatkan peluang dan memperhatikan ancaman yang memiliki tingkat kepentingan relatif tertinggi yang saat ini masih direspon secara rata-rata. Perlu adanya dukungan pemerintah dalam keberlanjutan agribisnis beras organik mealalui bimbingan teknis dan pelatihan serta pendampingan dalam pengemasan dan penanganan pasca panen beras organik.

Selanjutnya, Diharapkan pengimplementasian alternatif strategi keberlanjutan agribisnis beras organik pada Kelompok Tani Handayani dilakukan dengan kerjasama yang baik dan komitmen yang tinggi dari seluruh stakeholder, baik pengurus maupun petani anggota, seperti dengan melakukan diskusi rutin antara pihak stakeholder, pengurus, maupun petani dalam pengimplementasian, dimana semua pihak memberikan sumbangan pemikiran dan tenaga nya untuk sama-sama menjaga keberlanjutan agribisnis beras organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Z. 2014. Konsentrasi Pasar dan Posisi Tawar Petani Kelapa Sawit dalam Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS). *Jurnal of Societa*, 3((2)), 83-88.
- Amin, Z., Andry, Humaidi, E., Wahyuni, N., & Ningsih, V. Y. 2020. Consumers' perceptions and willingness to pay (WTP) organic rice. *Journal of Critical Reviews*, 7(1), 48-51.
- Chung, K. dan. 2011. Consumer Purchase Intention for Organic Personal Care Products. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28, pp 40-47.
- Fauzan, M. N. 2004. TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (*Studi Kasus pada Produk AJB Bumiputera 1912*). 5(1), 10-22.
- Hasan, A. 2013. Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. In *Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4315-4>
- Humaidi, E., & Amin, Zaini, N. S. 2015. Pola Pengeluaran Rumah Tangga Petani Karet Di Desa Binjai Kecamatan Muara Kelingi. *SOCIETA*, IV(1), 54-58.
- Husodo S. 2003. Perilaku Pemanfaatan Internet sebagai Media Promosi Agribisnis (Studi Kasus Yahoo Groups Agromania). *Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Yogyakarta*.
- Kantohe, J., & Karuntu, M. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado. *Journal EMBA*, 2(1), 66-77.
- Kuncoro, M. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. *Penerbit Erlangga, Jakarta, edisi 3*, 172.
- Hasibuan, Malayu S.P 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. . pp : 141 -150. *Jakarta: PT. Bumi Aksara*, 1, 141-150.
- Mangkuprawira, S. 2016. Strategi Peningkatan Kapasitas Modal Sosial dan Kualitas Sumber Daya Manusia Pendamping Pembangunan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 28(1), 19.
- Marimin, & Marimin, I. 2004. Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. *Bogor: Grasindo*.
- Mustari. 2017. Strategi Pemasaran Dan Kelembagaan Agribisnis Benih Padi (Studi Kasus P.T. Sang Hyang Seri Maros). *Jurnal Economix*, Volume 5 N, 215.
- Nafis, F. 2011. Analisis Usahatani Padi Organik dan Sistem Tataniaga Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat. In *IPB - Skripsi*. <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/47744/H11fna.pdf>
- Pranadji, T. 2003. Kajian pada Kasus Agribisnis Padi Sawah. *Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 1-25.

- Sofyar & Eriyatno. 2007. *Riset Kebijakan Metode Penelitian Pasca Sarjana*. IPB Prees.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. In Bandung: Alfabeta.
- T. L. Saaty. 2008. Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*. <https://doi.org/10.1504/IJSSCI.2008.017590>
- Utami, D. P. 2011. Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengkonsumsi Beras Organik Di Kabupaten Sragen Dyah Panuntun Utami. *Media Agro*, 7(1), 41-58.
- Wahyudi, A., Kuwornu, J. K. M., Gunawan, E., Datta, A., & Nguyen, L. T. 2019. Factors influencing the frequency of consumers' purchases of locally-produced rice in Indonesia: A Poisson regression analysis. *Agriculture (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/agriculture9060117>