CULTIVATE: Journal of Agriculture Science

https://journal.mahesacenter.org/index.php/cultivate/index

3 (1) 2025: 47-58
DOI: 10.34007/cultivate.v3i1.803
Diterima: 22 Februari 2025
Direview: 10 Maret 2025
Disetujui: 22 Maret 2025

ISSN 2987-3142(online)

Strategi Pengembangan Sub Terminal Agribisnis Komoditi Mentimun di Kelurahan Koto Baru Payo Basuang Kecamatan Payakumbuh Timur

Strategy For Developing Sub Terminal for Agribusiness of Cucumber Commodity in Koto Baru Payo Basuang Village, Payakumbuh Timur District

Ziret Ningsih*, Husnarti & Revi Ernanda

Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Indonesia
*Coresponding Email: ziretnengsih708@gmail.com

Abstrak

Mekanisme sub terminal agribisnis adalah mengumpulkan hasil produksi pertanian dari sub terminal agribisnis dan petani mitra kemudian dari pedagang yang melakukan pre-order melalui telepon melalui pengurus sub terminal agribisnis. Penawaran tertinggi akan menerima produk pertanian. Menurut Tanjung (2018), STA merupakan prasarana pemasaran yang terletak di sentra-sentra produksi sebagai tempat jual beli hasil pertanian, terkait dengan perdagangan fisik dan nonfisik, sehingga fokus STA menjadi ruang pemasaran yang dilaksanakan produsen pusat. Penelitian ini bertujuan untuk yang petama mengetahui factor lingkunga internal dan eksternal yang mempengaruhi STA Koba Jaya di Kelurahan Koto Baru Payo Basuang, yang kedua mengetahui strategi pengembangan STA Koba Jaya di Kelurahan Koto Baru Payo Basuang. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan juli sampai bulan September tahun 2023. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data yaitu menggunakan matrik EFAS IFAS dan SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa factor internal yang mempengaruhi STA komoditi mentimun yaitu: kualitas produk, informasi harga, produk tidak tahan lama, kondisi keuangan dan kurangnya kendaraan operasinal. Factor eksternal yang mempengaruhi STA Koba Jaya komoditi mentimun: pangsa pasar, banyaknya pedagang pengumpul, harga produk fluktuasi, dukungan pemerintah dan promosi. Berdasarkan analisis SWOT untuk strategi pengembanga STA mengutamakan strategi W-O yaitu memanfaatkan dukungan pemerintah agar dapat melengkapi fasilitas STA Koba Jaya, menggunakan pemasaran produk di media social, meningkatkan pelanggan tetap dan memaksimalkan strategi pola tanam untuk menstabilkan pasokkan produk agar permintaan konsumen terpenuhi.
Kata Kunci: STA, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, Matriks Ifas dan Efas

Abstract

The mechanism of the agribusiness sub-terminal is to collect agricultural production from the agribusiness sub-terminal and partner farmers then from traders who pre-order by telephone through the agribusiness sub-terminal administrator. The highest bid will receive agricultural products. According to Tanjung (2018), STA is a marketing infrastructure located in production centers as a place to buy and sell agricultural products, related to physical and non-physical trade, so that the focus of STA becomes a marketing space carried out by central producers. This study aims to first determine the internal and external environmental factors that influence STA Koba Jaya in Koto Baru Payo Basuang Village, and secondly to determine the development strategy of STA Koba Jaya in Koto Baru Payo Basuang Village. This study was conducted from July to September 2023. The research method used is quantitative descriptive. The data analysis technique uses the EFAS IFAS and SWOT matrices. The results of this study indicate that the internal factors that influence STA cucumber commodities are: product quality, price information, perishable products, financial conditions and lack of operational vehicles. External factors affecting STA Koba Jaya cucumber commodity: market share, number of collectors, fluctuating product prices, government support and promotion. Based on the SWOT analysis for the STA development strategy, the W-O strategy is prioritized, namely utilizing government support to complete STA Koba Jaya facilities, using product marketing on social media, increasing loyal customers and maximizing planting pattern strategies to stabilize product supply so that consumer demand is met.
Keywords: *STA, Development Strategy, SWOT Analysis, Ifas and Efas Matrix*

How to Cite*:* Nengsih, N. Husnarti. & Ernanda, R. (2025). Strategi Pengembangan Sub Terminal Agribisnis Komoditi Mentimun di Kelurahan Koto Baru Payo Basuang Kecamatan Payakumbuh Timur. *CULTIVATE: Journal of Agriculture Science*, 3(1) 2025: 47-58

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian. Peran pertanian meliputi: (1) menyediakan kebutuhan pangan masyarakat untuk ketahanan pangan (2) menyediakan bahan baku industry, (3) menyediakan pasar potensi bagi produk yang dihasilkan industry. (4) sumber pembentukan tenaga kerja dan modal, (5) sumber devisa (6)mengurangi kemiskinan dan meningkatkan ketahanan pangan, dan (7)mendorong pembangunan pedesaan dan perlindungan lingkungan. (Harianto, 2013).

Pasar merupakan persyaratan yang harus ada dalam pertanian, pemasaran hasil pertanian masih menjadi kendala terbesar bagi para petani kita. Pemasaran hasil pertanian pada umunya masih banyak ditentukan oleh peran distributor hilir seperti pengepul dan pedagang besar (Bandar), sehingga peran petani (produsen) dalam proses pemasaran produk masih belom jelas, kecuali petani yang merupakan memiliki usaha ganda dengan skala usaha besar. Sehingga kemampuan petani dalam proses penetapan harga masih tergolong rendah. Dalam sosiologi, pasar dipandang sebagai fenomena sosial yang kompleks dengan perangkat yang berbeda. Pasar dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, misalnya pasar penuh dengan konflik dan pesaing (Damsar, 2005;5). Perkembangan desa sangat dipengaruhi oleh modal social masyarakat. Hal ini juga berlaku untuk perkembangan dan pengolahan sub terminal agribisnis yang membutuhkan modal sosial. Menurut Lawang, modal sosial adalah semua kekuatan masyarakat yang dibangun oleh individu atau kelompok, mengacu kepada struktur social yang mereka yakini akan mencapai tujuan individu dan kelompok secara efisien dan efektif bersama-sama denagan modal lainnya. (Lawang, 2004;2017).

Menurutnya modal sosial terdiri dari kepercayaan, norma dan jaringan. Sub terminal agribisnis (STA) merupakan infrastruktur pemasaran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam mempercepat operasional dan memperkuat pemasaran produk hasil pertanian karena mencakup transaksi produk agribisnis. STA sendiri merupakan wadah bagi para pengenbang usaha pertanian, sinkronisasi permintaan pasar dengan budidaya, kebiasaan budidaya, kebutuhan produksi serta peningkatan SDM pasar. Sub terminal agribisnis (STA) juga mendorong pembangunan agribisnis dan kawasan (Nugroho et al : 2017).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Pada wilayah Sumatera Barat, Payakumbuh merupakan daerah yang memanfaatkan sub terminal agribisnis dalam memasarkan hasil produksi pertanian. Sub terminal agribisnis merupakan pusat penyimpanan hasil pertanian milik petani. Pada umumnya ada 10 sub terminal agribisnis di payakumbuh di dirikan oleh pemerintah, namun pada praktiknya terdapat permasalah yang menyebabkan penutupan sub terminal agribisnis satu persatu (Putra, 2016:1). Dari hasil survey awal sub terminal agribisnis, di antaranya 4 sub terminal agribisnis yang tetap beroperasi dan sisanya mati. Sub terminal agribisnis yang mati antara lain STA Tunas Baru, Tanjung Dama, JK.Tuah Sakato, Tanjung Jaya, Talang Saiyo, Petani Sejahtera. Namun beberapa diantaranya masih aktif dan berjalan relative baik, salah satunya sub terminal agribisnis koba jaya milik kelompok bina bersama. (sumber: wawancara, 11 januari 2023).

Sub Terminal Agribisnis Koba Jaya didirikan atas kesadaran dan inisiatif petani tanpa campur tanga pemerintah. Kesadaran ini muncul dari mawardi bahwa ada cara untuk memajukan dan meningkatkan tarif hidup petani lokal. Saat itu beberapa petani sayur yang tinggal di Kelurahan Koto Baru masih mengandalkan perantara untuk memasarkan hasil pertaniannya terutama beras dan sayur mayor sehingga harga menjadi murah dan hasil panen banyak tebuang percuma, meskipun pedagang membeli harganya pun murah.Komoditi yang dijual di Sub Terminal Agribisnis (STA) Koba Jaya adalah cabe, terong, mentimun, buncis, kacang panjang, tomat dan bawang merah.

Dengan sekian banyaknya prodak hasil pertanian yang ada di STA Koba Jaya, hanya mentimun yang seklalu tersedia setiap hari, karena timun merupakan salah satu buah dan sayuran yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia, karena nilai gizi timun cukup baik sebagi sumber mineral dan vitamin. Tanaman ini memiliki potensi pasar yang cukup baik, sehingga jika dibudidayakan secara serius dapat meningkatkan pendapatan petani.(Wulandari, 2014).

Selain itu, tanaman mentimun dapat dipanen 75-85 hari setelah tanam. Tanaman dapat di panen secara teratur setiap hari 1-2 buah/ tanaman per sekali panen. Produksi mentimun rata-rata perhektar adalah 12-300 ton/ha, sehingga sub terminal agribisnis koba jaya menawarkan tanaman mentimun setiap hari sebagai persediaan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) Koba Jaya Komoditi Mentimun di Kelurahan Koto Baru Payo Basuang Kecamata Payakumbuh

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

Timur" Keuntungan dari penelitian ini yaitu membantu petani dalam mengembangkan Sub Terminal Agribisnis Koba Jaya mentimun supaya pemasaran mentimun lebih terarah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang bertujuan untuk menciptakan gambar-gambaran yang objektif tentang suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka, dimulai dengan pengumpulan data, interprestasi data, dan penampilan serta hasil.(Arikunto, 2013).

Variabel penelitian untuk tujuan 1 dan 2 yaitu menentukan factor lingkungan yang mempengaruhi internal dan eksternal dan apa strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan STA komoditi mentimun.

No	Tujuan	Variabel	Indikator
1	Faktor lingkungan yang mempengaruhi Faktor Internal (David, 2011).	Aspek manajemen Aspek keuangan Aspek pemasaran Aspek operasional Aspek pengembangan Aspek informasi	Kekuatan *(strengght)* Kelemahan *(wekness)*
	Faktor lingkungan yang mempengaruhi Faktor Eksternal (David, 2011)	Aspek ekonomi Sosial,budaya,demografi,lingkungan Pemerintah,politik,hukum Teknologi Pesaing	Peluang (*oportunity)* Ancaman *Threaths*
2	Mengetahui strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan STA komoditi mentimun.	Kekuatan *(strengght)* Kelemahan*(wekness)* Peluang (*oportunity)* Ancaman (*threath)*	Strategi SO Strategi ST Strategi WO Strategi WT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Sub Terminal Agriibisnis Komoditi Mentimun

Analisis Matriks SWOT

Menurut Rangkuty (2017), analisis SWOT dapat diartikan sebagai:``Analisis berbasis logikan yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun pada saat yang sama meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats)``. Berdasarkan hasil penelitian, penulis merumuskan berdasarkan alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan, yaitu sebagai berikut:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Tabel 1 Matriks Swot Sub Terminal Agriibisnis Komoditi Mentimun

IFAS / EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	Berkerja sama dengan pemasok Memiliki hubungan yang baik dengan pemasok dan konsumen Selalu menjaga kulaitas produk Pembayaran dilakukan secara tunai. Keterbukaan informasi harga	Pasokkan mentimun tidak stabil. Pendapatan belum mampu mengaji karyawan secara profesional Kondisi keuangan tidak stabil Jumlah kendaraan operasional yang masih kurang Produk tidak tahan lama.
OPPORTUNIES (O) Memiliki pelanggan tetap Pangsa pasar yang luas meningkat permitaan produk dari konsumen. Adanya dukungan dari pemerintah Adanya teknologi yang bisa mendukung pemasaran dan promosi	STRA TEGI (SO) Menjaga kualiatas produk untuk meningkatkan pangsa pasar Memaksimalkan kerjasama dengan pemasok untuk memenuhi permintaan konsumen. Memanfaatkan hubungan baik dengan pemasok dan konsumen untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas melalui media sosial. Memperkuat kerja sama dengan pemasok, dengan keterbukaan informasi harga dan melakukan pembayaran tunai atas produk. Menerapkan iklan media sosial untuk mendorong permintaan konsumen meningkat.	STRATEGI (WO) Memanfaatkan dukungan pemerintah agar dapat menyediakan kendaraan operasional Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan pangsa pasar, sehingga meningkatkan pendapatan dan dapat menggaji pekerja secara professional. Menggunakan pemasaran online untuk memanfaat pangsa pasar yang besar Memaksimalkan strategi pola tanam untuk menstabilkan pasokan dan mampu memenuhi permintaan konsumen. Meningkatkan pelanggan tetap.
THREATS (T) Harga produk fluktuasi Konsumen sensitive terhadap perubahan harga Perubahan iklim dan cuaca. Banyaknya hama dan penyakit Banyaknya pedagang pengumpul	STRATEGI (ST) Menjaga kualitas prodak agar harga produk tetap stabil Pengendalian hama dan penyakit untuk meningkatkan pangsa pasar secara internal dan eksternal. Menggunakan benih yang berkualitas baik sehingga tidak peka terhadap perubahan iklim dan banyaknya hama dan penyakit. Memanfaatkan pinjaman modal dan pembayaran secara tunai untuk meminimalkan pesaing baru. Meningkatkan kualitas produk untuk mengembalikan minat konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga.	STRATEGI (WT) Memenfaatkan lingkungan yang nyaman dan menstabilkan harga prodak untuk menambah jumlah pemasok. Membuka cabang baru dilokasi yang lebih strategis dan jauh dari kompetitor sejenis. Pengendalian hama dan penyakit agar prodak tahan lama. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja mengenai perubahan harga di konsumen . Memaksimalkan produk agar kondisi perekonomian stabil.

Sumber: Hasil peneltian 2023

Keterangan :

1. STRATEGI SO (Strength and opportunity)

   Strategi yang menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang.

   a. Menjaga kualiatas produk untuk meningkatkan pangsa pasar
   b. Memaksimalkan kerjasama dengan pemasok untuk memenuhi permintaan konsumen.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

c. Memanfaatkan hubungan baik dengan pemasok dan konsumen untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas melalui media sosial.
d. Memperkuat kerja sama dengan pemasok, dengan keterbukaan informasi harga dan melakukan pembayaran tunai atas produk.
e. Menerapkan iklan media sosial untuk mendorong permintaan konsumen meningkat

Strategi SO: memperkuat kerjasama dengan pemasok dengan memberikan pinjaman modal dan pembayaran tunai ysng setara untuk produk, dan memperkuat hubungan baik dengan pemasok dan konsumen untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas melalui media sosial. Oleh karena itu, fokusnya tidak hanya pada yang sudah ada saja, namun kualitas produk dapat di tingkatkan dengan memberi pelayanan yang baik,selalu menyediakan produk, dan memenuhi permintaan konsumen serta meningkatkan manajemen pemasaran.

2. STRATEGI WO (Weaknes and Opportunity)

Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

a. Memanfaatkan dukungan pemerintah agar dapat menyediakan kendaraan operasional
b. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan pangsa pasar, sehingga meningkatkan pendapatan dan dapat menggaji pekerja secara professional.
c. Menggunakan pemasaran online untuk memanfaat pangsa pasar yang besar
d. Memaksimalkan strategi pola tanam untuk menstabilkan pasokan dan mampu memenuhi permintaan konsumen.
e. Meningkatkan pelanggan tetap.

Strategi WO: Dengan dukungan pemerintah, maka Dinas Pertanian Hortikultura Dan Perkebunan Di Kota Payakumbuh dapat membantu meningkatkan jumlah perekrut untuk mempekerjakan tenaga kerja guna mengisi kesenjangan tenaga kerja dan mebantu sarana dan prasarana STA yang belom lengkap. Dan memanfaatkan peluang yang ada, STA dapat menerapkan strategi pemasaran modern secara online untuk memiliki banyak pemasok dan konsumen. Selain mampu meningkatkan produksi, STA juga bisa berperan paling besar.

3. STRATEGI ST (Strenght and Threats)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

a. Menjaga kualitas prodak agar harga produk tetap stabil
b. Pengendalian hama dan penyakit untuk meningkatkan pangsa pasar secara internal dan eksternal.
c. Menggunakan benih yang berkualitas baik sehingga tidak peka terhadap perubahan iklim dan banyaknya hama dan penyakit.
d. Memanfaatkan pinjaman modal dan pembayaran secara tunai untuk meminimalkan pesaing baru.
e. Meningkatkan kualitas produk untuk mengembalikan minat konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga.

Strategi ST : Dengan tetap menjaga kualitas produk, diharapkan dapat meningkatkan kerjasama dengan pedagang pengencer. Juga penggunaan pinjaman modal dan pembayaran tunai untuk meminimalisir pesaing baru.

4. STRATEGI WT (Weankess and Threats)

Strategi yang berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

a. Memenfaatkan lingkungan yang nyaman dan menstabilkan harga prodak untuk menambah jumlah pemasok.
b. Membuka cabang baru dilokasi yang lebih strategis dan jauh dari kompetitor sejenis.
c. Pengendalian hama dan penyakit agar prodak tahan lama.
d. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja mengenai perubahan harga di konsumen
e. Memaksimalkan produk agar kondisi perekonomian stabil.

Strategi WT : Memanfaatkan lingkungan yang nyaman dan menstabilkan harga prodak untuk meningkatkan jumlah pasokan. Begitu pula dengan karyawan yang dilatih mengenai perubahan harga ditingkat konsumen, penanganan hama dan penyakit yang menyerang tanaman, serta perubahan penggunaan lahan yang menyebabkan penurunan hasil panen. Kegiatan ini diharapkan dapat meminimalkan dan mengatasi ancaman yang terkait dengan alih fungsi lahan.

Pemilihan Strategi Pemasaran Mentimun

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

Analisis terhadap factor internal dan eksternal dilakukan untuk pemilihan strategi yang bertujuan untuk mengetahui kondisi pemasaran mentimun dan menentukan strategi yang tepat bagi petani dalam memasarkan produk pertaniannya berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil analisis IFAS EFAS adalah sebagai berikut:

Analisis IFAS Dan EFAS

IFAS *(Internal Factory Analysis Summary)*

Tabel 2 Analisis IFAS Pemasaran Mentimun

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Berkerja sama dengan pemasok	0,08	3	0,24
2	Memiliki hubungan yang baik dengan pemasok dan konsumen	0,06	3	0,18
3	Selalu menjaga kulaitas produk	0,07	3	0,21
4	Pembayaran dilakukan secara tunai.	0,05	4	0,2
5	Keterbukaan informasi harga	0,06	4	0,24
Jumlah		**0,32**	**17**	**1,07**
Kelemahan				
1	Pasokkan mentimun tidak stabil.	0,13	1	0,13
2	Pendapatan belum mampu mengaji karyawan secara profesional	0,14	2	0,28
3	Kondisi keuangan tidak stabil	0,15	2	0,3
4	Jumlah kendaraan operasional yang masih kurang	0,14	2	0,18
5	Produk tidak tahan lama.	0,12	1	0,12
Jumlah		**0,68**	**8**	**1,11**
TOTAL		**1**	**25**	**-0,04**

Sumber : Data Diolah dari kuesioner 2023

EFAS (Eksternal Factory Analysis Summary)

Tabel 3 Analisis EFAS Pemasaran Mentimun

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki pelanggan tetap	0,06	3	0,27
2	Pangsa pasar yang luas	0,06	4	0,24
3	Meningkat permitaan produk dari konsumen.	0,12	3	0,36
4	Adanya dukungan dari pemerintah	0,11	3	0,3
5	Adanya teknologi yang bisa mendukung pemasaran dan promosi	0,10	4	0,4
Jumlah		0,48	17	1,57
Ancaman				
1	Harga produk fluktuasi	0,12	1	0,12
2	Konsumen sensitive terhadap perubahan harga	0,09	2	0,18
3	Perubahan iklim dan cuaca.	0,08	2	0,16
4	Banyaknya hama dan penyakit	0,10	2	0,2
5	Banyaknya pedagang pengumpul	0,13	1	0,13
Jumlah		0,52	8	0,79
TOTAL		1	25	0,78

Sumber: Data Diolah dari kuesioner 2023

Keterangan :

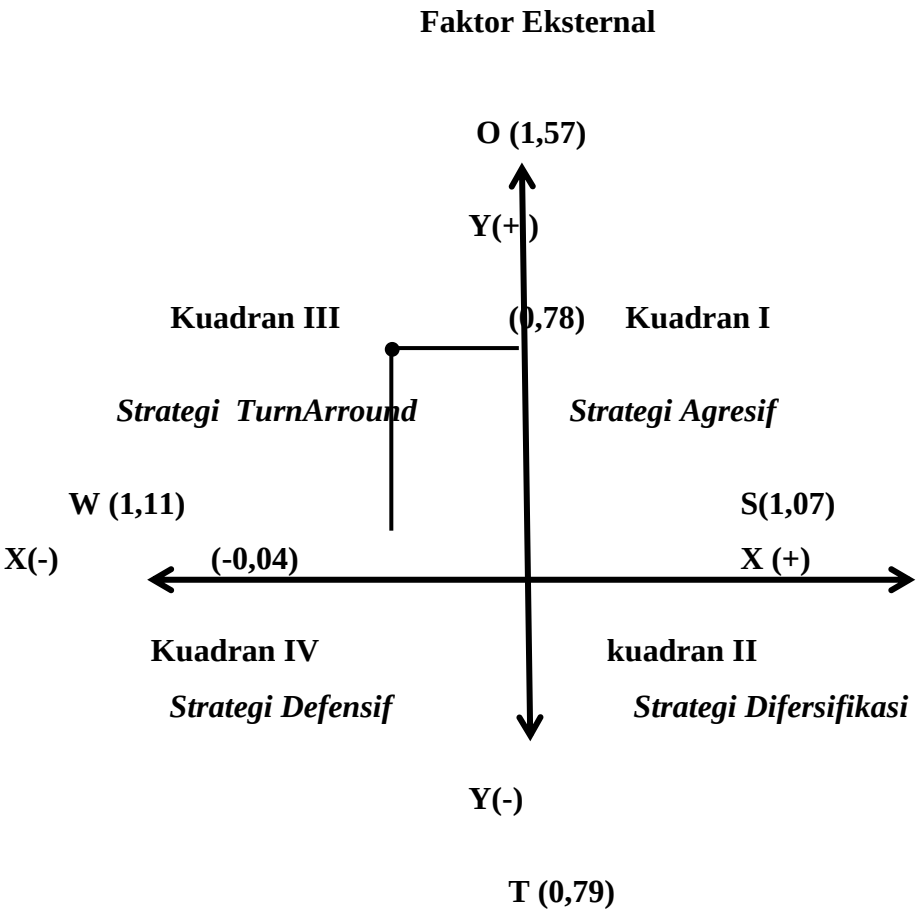
Skor kekuatan = 1,07

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Skor kelemahan	= 1,11
Skor akhir	= 1,07 – 1,11 = -0,04
Skor peluang	= 1,57
Skor ancaman	=0,79
Skor akhir	= 1,57 – 0,79 = 0,78
Titik koordinat	= (-0,04 ; 0,79) pada kelemahan dan peluang

Diagram SWOT

Dari hasil indentifikasi factor factor IFAS dan EFAS maka digambarkan dalam diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 4.3. Hasil Analisis Matriks Internal dan Eksternal

Berdasarkan analisis IFAS EFAS diketahui bahwa terletak pada kuadran III yang disebut strategi turnarround yang artinya lingkungan yang dihadapi relatif memiliki

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

peluang yang besar untuk pengembangan sub terminal agribisnis koba jaya dibandingkan kelemahan yang ada.

Kuadran III : Perusahaan memiliki peluang pasar yang besar, namun disis lain memiliki beberapa keterbatasan/kelemahan internal. Factor strategi perusahaan ini adalah meminimalisir permasalahan internal perusahaan sehingga dapat menangkap peluang pasar yang lebih baik (Turn Around Strategy).

STRATEGI WO (Weaknes and Opportunity)

Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

1) Memanfaatkan dukungan pemerintah agar dapat menyediakan kendaraan operasional

2) Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan pangsa pasar, sehingga meningkatkan pendapatan dan dapat menggaji pekerja secara professional.

3) Menggunakan pemasaran online untuk memanfaat pangsa pasar yang besar

4) Memaksimalkan strategi pola tanam untuk menstabilkan pasokan dan mampu memenuhi permintaan konsumen.

5) Meningkatkan pelanggan tetap.

Strategi WO: Dengan dukungan pemerintah, maka Dinas Pertanian Hortikultura Dan Perkebunan Di Kota Payakumbuh dapat membantu meningkatkan jumlah perekrut untuk mempekerjakan tenaga kerja guna mengisi kesenjangan tenaga kerja dan mebantu sarana dan prasarana STA yang belom lengkap. Dan memanfaatkan peluang yang ada, STA dapat menerapkan strategi pemasaran modern secara online untuk memiliki banyak pemasok dan konsumen. Selain mampu meningkatkan produksi, STA juga bisa berperan paling besar.

Berdasar hasil dari Faktor internal yang mempengaruhi strategi pengembangan sub terminal agribisnis komoditi mentimun yaitu: aspek manajemen, keuangan, pemasaran, pengembangan, operasional, dan informasi. Factor eksternal yang

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

mempengaruhi yaitu : aspek ekonomi, social, budaya, demografi, lingkungan, pemerintah, plitik, hukum, teknologi dan pesaing.

Berdasarkan analisis IFAS EFAS diketahui bahwa terletak pada kuadran III yang disebut strategi turnarround yang artinya lingkungan yang dihadapi relatif memiliki peluang yang besar untuk pengembangan sub terminal agribisnis koba jaya dibandingkan kelemahan yang ada. Kuadran III : Perusahaan memiliki peluang pasar yang besar, namun disis lain memiliki beberapa keterbatasan/kelemahan internal. Factor strategi perusahaan ini adalah meminimalisir permasalahan internal perusahaan sehingga dapat menangkap peluang pasar yang lebih baik (Turn Around Strategy). Anaisis SWOT yang dilakukan pada strategi pengembangan sub terminal agribissnis komoditi mentimun memperoleh beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan STA komoditi mentimun, yaitu Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan pangsa pasar, sehingga meningkatkan pendapatan dan dapat menggaji pekerja secara professional. Menggunakan pemasaran online untuk memanfaat pangsa pasar yang besar.

SIMPULAN

Tidak hanya petani, pemerintah seharusnya memfasilitasi petani dalam memperoleh akses pasar sehingga petani memiliki banyak pilihan dalam memasarkan produk pertanian untuk mengurangi pemasalahan-permasalahan yang terjadi sehingga kedepannya petani lebih makmur. Dari hasil analisis faktor internal dan eksternal pengembangan STA komoditi mentimun, diharapkan bisa mempertahankan kekuatan, memperbaiki kelemahan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang tersedia serta menghindari ancaman yang dihadapi untuk perkembangan pemasaran mentimun.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Pt. Rineka Cipta

Badan Agribisnis Departemen Pertanian.(2020).Petunjuk Teknis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis. Jakarta.

Damsar. (2005). Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana

David, Fred R. (2011). Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep. Jakarta: Salemba Empat.

Evaliza, Dwi Dkk.(2013). Persepsi Petani Terhadap Eksistensi Sub Terminal Agribisnis (STA) Dalam Proses Pemberdayaan Petani (Studi Kasus Sta Baliak Mayang Kecamatan Payakumbh Timur, Kota Payakumbuh). Fakultas Pertanian Universitas Andalas. November 2013.

Hanafie, Rita. (2014). Pengantar Ekonomi Pertanian. Yogyakarta. Andi Publisher

Hatianto, 2013). Peranan Pertanian Dalam Ekonomi Penyesalan.Prosiding.Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogorkolter., 1907.Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke-9. Pt. Prenhalindo. Jakarta

Lawang, Robert. Mz. (2004). Kapital Sosial: Dalam Perspektif Sosiologik. Jakarta: Fisip Ui Press.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

Manihuruk, J., Suswatiningsih,T.E., Martini,R.(2018). Pemasaran Buah Jeruk Di Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun. Jurnal Masepi. Vol.3, No.2.
Mauliyah, H. Masrunik, E, Dan Wahyudi, A. (2017). Model Transaksi 'Kenceng Jreng' Dan Model 'Saur Gowo' Pada Jual Beli Sayuran Di Kabupaten Blitar. Jurnal Ecoment Global, 2(2), 1–8.
Nugroho, Agus Dwi, Et Al. (2017). Strategi Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) Salak Pondoh Di Kabupaten Sleman. Agraris: Journal Of Agribusiness And Rural Development Research 3(2), 93-102
Putra, Reza Andesca, Zizki Yulinur Yandri. (2016). Strategi Sub Terminal Agribsnis (STA) Baliak Mayang Dalam Membina Kemitraan Dengan Petani Dikelurahan Padang Alai Bodi Kecamatan Payakumbuh Timur Kota Payakumbuh. Program Studi Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER) Sawahlunto/Sijunjung. Vol 6, No 1 Juli.
Rangkuti, F. 2017. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot. Rating, Dan Ocai, Pt Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
Susanawati, Jamhari, Masyhuri, & Darwanto, D. H. (2015). Integrasi Pasar Bawang Merah Di Kabupaten Nganjuk. Agraris: Journal Of Agribusiness And Rural Development Research, 1(1): 43-51.
Tanjung, D. (2018). Metoda Analisis Studi Kelayakan Pembangunan Ta/Sta. Makalah Pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan Dan Distribusi.
Wulandari, E., Bambang, G., Nurul, A.(2014). Pengaruh Kombinasi Jumlah Tanaman Peer Polibag dan Komposisi Media Tanam Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Mentimun (Cucumis sativus L) Var. Venus. Jurnal Produksi Tanaman, Volume 2, No. 6 September 2014, Hlm. 464-473.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0