

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA
PEPAYA CALIFORNIA DI DESA SIRAI SAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh
HIKMAH NASUTION
NIM. 21 404 00015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA
PEPAYA CALIFORNIA DI DESA SIRAI SAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh
HIKMAH NASUTION
NIM. 21 404 00015

PROGAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA
PEPAYA CALIFORNIA DI DESA SIRAI SAN**

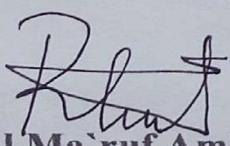


SKRIPSI

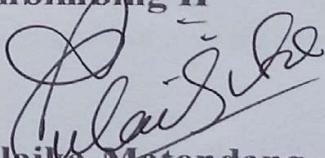
*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh
HIKMAH NASUTION
NIM. 21 404 00015

Pembimbing I


Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

Pembimbing II


Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

PROGAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733 Telepon (0634) 22080
Faximile(0634) 24022 Website: uinsyahada.ac

Hal : Lampiran Skripsi
An. Hikmah Nasution

Padangsidimpuan, Mei 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

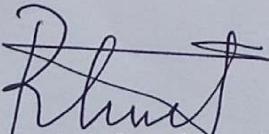
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an **Hikmah Nasution** yang berjudul “ **Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California Di Desa Siraisan** ” maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

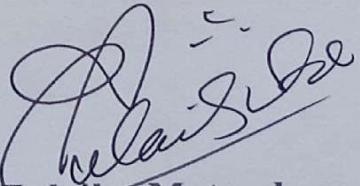
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I


Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

PEMBIMBING II


Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

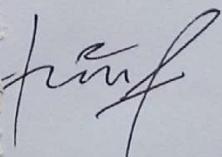
Nama : HIKMAH NASUTION
NIM : 21 404 00015
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California
Di Desa Siraisan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 05 Mei 2025
Saya yang Menyatakan,




Hikmah Nasution
NIM.21 404 00015

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HIKMAH NASUTION
NIM : 21 404 00015

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalty Nonekslusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul —**Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California Di Desa Siraisanl Dengan Hak Bebas Royalty Nonekslusif** ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada Tanggal : 05 Mei 2025
Saya yang Menyatakan,



Hikmah Nasution
NIM. 21 404 00015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733 Telepon (0634) 22080
Faximile(0634) 24022 Website: uinsyahada.ac

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Hikmah Nasution
NIM : 21 404 00015
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California Di Desa Siraisan

Ketua

Sry Lestari, M.E.I
NIP. 1989050520190320008

Sekretaris

Idris Saleh,S.E.I.,M.E
NIP. 199310092020121007

Anggota

Sry Lestari, M.E.I.
NIP. 1989050520190320008
Idris Saleh,S.E.I.,M.E
NIP. 199310092020121007
Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 198705212015032004
Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Kamis / 05 Juni 2025
Pukul	: 08.30 – 10.00 WIB
Hasil/ Nilai	: Lulus / 87,5 (A)
IPK	: 3, 90
Predikat	: Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Silitang Kota Padang Sidempuan 22733 Telepon (0634) 22080
Faximile(0634) 24022 Website: uinsyahada.ac

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya
California Di Desa Siraisan
Nama : Hikmah Nasution
Nim : 21 404 00015

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah

Padangsidimpuan, 20 Juni 2025





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Silitang Kota Padang Sidempuan 22733 Telepon (0634) 22080
Faximile(0634) 24022 Website: uinsyahada.ac

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya
California Di Desa Siraisan
Nama : Hikmah Nasution
Nim : 21 404 00015

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah

Padangsidimpuan, 30 Juni 2025



ABSTRAK

Nama : Hikmah Nasution
Nim 21 404 00015
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California Di Desa Siraisan.

Desa Siraisan merupakan salah satu desa di Kecamatan Ulu Barumun, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatra Utara, yang memiliki potensi besar dalam bidang pertanian. Desa ini memiliki kondisi tanah yang subur dan iklim yang mendukung menjadikan desa ini cocok untuk budidaya pepaya *california*. Meskipun memiliki peluang pasar yang luas, para petani dihadapkan pada berbagai kendala seperti serangan hama, perubahan iklim yang ekstrem, fluktuasi harga saat musim panen raya, kerentanan lahan terhadap cuaca basah, serta keterbatasan dalam pengelolaan hasil panen dan pemanfaatan media digital untuk promosi. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california* guna meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan pendapatan petani secara berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap delapan orang petani, satu orang dari dinas koperasi dan distributor buah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sembilan elemen dalam BMC, segmen pelanggan dan inovasi nilai produk masih perlu ditingkatkan, dengan kekuatan utama terletak pada ketersediaan bibit unggul varietas IPB 9, serta peluang berasal dari tingginya permintaan pasar. Ancaman utama yang dihadapi adalah biaya distribusi tinggi, ketergantungan pada pasar segar dan perubahan cuaca. Strategi yang direkomendasikan meliputi pengembangan produk (pengolahan pascapanen), diversifikasi produk olahan berbahan dasar pepaya seperti dodol, keripik, dan selai, serta pengembangan pasar dan penetrasi pasar. Strategi pengembangan produk memiliki nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) yaitu 5,76, sedangkan strategi pengembangan pasar (5,33) dan penetrasi pasar (4,73). Total *Attractiveness Score* (TAS) tertinggi sebesar 5,76, yaitu strategi pengembangan produk dengan nilai tertinggi 0,88 (S1,O1) yang menunjukkan bahwa pendekatan ini merupakan strategi paling efektif untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, menambah nilai jual produk, serta memperkuat keberlanjutan usaha budidaya pepaya *california* di Desa Siraisan.

Kata Kunci: *Budidaya Pepaya California, Strategi Pengembangan Usaha, Business Model Canvas, SWOT, QSPM.*

ABSTRACT

Name : Hikmah Nasution

Student ID 21 404 00015

Thesis Title : Development Strategy of California Papaya Farming in Siraisan Village

Siraisan Village is one of the villages in Ulu Barumun District, Padang Lawas Regency, North Sumatra Province, which has great potential in the field of agriculture. The village has fertile soil conditions and a favorable climate making it suitable for the cultivation of California papaya. Despite having a wide market opportunity, farmers are faced with various obstacles such as pest attacks, extreme climate change, price fluctuations during the harvest season, vulnerability to wet weather, and limitations in crop management and the use of digital media for promotion. This research aims to formulate a strategy for the development of the California papaya cultivation business to increase productivity, product quality, and farmers' income in a sustainable manner. The research method used was descriptive qualitative with a Business Model Canvas (BMC) approach, SWOT analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method, while data collection techniques were carried out through field observations, in-depth interviews, and documentation of eight local farmers and distributors. The results show that of the nine elements in BMC, the customer segment and product value innovation still need to be improved, with the main strength lying in the availability of superior seeds of the IPB 9 variety, as well as opportunities stemming from high market demand. The main threats faced are high distribution costs, dependence on fresh markets and weather changes. The recommended strategies include product development (post-harvest processing), diversification of papaya-based processed products such as dodol, chips, and jam, as well as market development and market penetration. The product development strategy has a Total Attractiveness Score (TAS) value of 5.76, while the market development strategy (5.33) and market penetration (4.73). The highest Total Attractiveness Score (TAS) is 5.76, which is a product development strategy with the highest value of 0.88 (S1.O1) which shows that this approach is the most effective strategy to increase productivity, expand the market, increase the selling value of products, and strengthen the sustainability of the California papaya cultivation business in Siraisan Village.

Keywords: *California Papaya Farming, Business Development Strategy, Business Model Canvas, SWOT, QSPM.*

خلاصة

اسم	لحكمة ناصوتين
نام	٢١٤٠٤٠٠٠١٥
عنوان الرسالة	استراتيجية تطوير أعمال زراعة البابايا في قرية كاليفورنيا سيراسان.

قرية سيراسان هي إحدى القرى في منطقة أولو بارومون ، بادانج لاوس ريجنسي ، مقاطعة شمال سومطرة والتي تتمتع بملكيات كبيرة في مجال الزراعة. تتمتع القرية بظروف تربة خصبة ومناخ مناسب مما يجعلها مناسبة ، لزراعة البابايا في كاليفورنيا . على الرغم من وجود فرصة واسعة في السوق ، يواجه المزارعون عقبات مختلفة مثل هجمات الافات ، وتغير المناخ الشديد ، وقلبات الأسعار خلال موسم الحصاد ، والتعرض للطقس الرطب ، والق fod في إدارة المحاصيل واستخدام الوسائل الرقمية للترويج. يهدف هذا البحث إلى صياغة استراتيجية لتطوير أعمال زراعة البابايا في كاليفورنيا لزيادة الإنتاجية وجودة المنتج ودخل المزارعين بطريقة مستدامة. كانت طريقة البحث المستخدمة وطريقة مصروفه التخطيط الاستراتيجي الكمي SWOT وتحليل ، (BMC) وصفية نوعية مع نهج نموذج الأعمال بينما تم تنفيذ تقييمات جمع البيانات من خلال الملاحظات الميدانية والمقابلات المنعفة وتوثيق ثمانية ، (QSPM) لا يزال يتعين تحسين شرحة ، BMC مزارعين وموزعين محليين يظهر النتائج أنه من بين العناصر التسعة في فضلا عن الفرض ، 9 IPB العلاء وابتكر قيمة المنتج ، حيث تكمن القوة الرئيسية في توافر بنور متوفقة من صفات الناجمة عن ارتفاع الطلب في السوق. وتمثل التهديدات الرئيسية التي تواجهها في ارتفاع تكاليف التوزيع والاعتماد على الأسواق الجديدة والتأثيرات الجوية. تشمل الاستراتيجيات الموصى بها تطوير المنتجات (معالجة ما بعد الحصاد) وتوزيع المنتجات المصنعة القائمة على البابايا مثل الدول والرقائق والمربى ، بالإضافة إلى تطوير السوق واختراق ، بينما تبلغ استراتيجية تطوير ، (TAS) السوق. تبلغ قيمة استراتيجية تطوير المنتج ٧٦,٥ درجة الجانبية الإجمالية هي ، وهي استراتيجية تطوير (TAS) السوق ٥٣٣، (واختراق السوق ٧٣٤)، أعلى درجة جانبية إجمالية مما يدل على أن هذا النهج هو الإستراتيجية الأكثر فعالية لزيادة الإنتاجية (S1.O1) منتج بأعلى قيمة تبلغ ٨٨,٠ وتوسيع السوق وزيادة القيمة المبيعية للمنتجات وتعزيز استدامة أعمال زراعة البابايا في كاليفورنيا في قرية سيراسان.

الكلمات الدالة: زراعة البابايا في كاليفورنيا ، استراتيجية تطوير الأعمال ، قماش نموذج الأعمال ، SWOT ، QSPM.

KATA PENGANTAR



As-salāmu 'alaikumwa-raḥmatu -llāhi wa-barakātuh

Syukur Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seluruh alam yang tiada sekutu bagi- Nya dan segala kemuliaan, keagungan dan kesempurnaan hanyalah milik-Nya. Berkat kehendak Allah Ta'ala juga lah, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang kemudian disusun dalam bentuk skripsi. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menuntun umatnya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran menuju jalan yang diridhoi Allah SWT, yakni menuju Islam kaffahrahahmat anlil'alamin.

Skripsi ini berjudul: “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California Di Desa Siraisan”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Manajemen Bisnis Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kata sempurna, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaiannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Prof. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Bapak Prof. Er awadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, disertai oleh Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Sry Lestari M.E.I. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, dan seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M Selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M.Si selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi, serta membeberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan dengan tepat waktu dan tak lupa juga memberikan petunjuk

yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
7. Ucapan terimakasih yang paling dalam peneliti sampaikan kepada Ayah tercinta (Mangasa Nasution) dan Ibu tersayang (Dersana Hasibuan) yang selama ini selalu membimbing, mendukung, dan memberi semangat tanpa henti dalam proses penyusunan skripsi ini. Doa dan dukungan mereka menjadi sumber kekuatan peneliti untuk terus maju dan menyelesaikan tugas ini dengan sebaik - baiknya. Mereka adalah inspirasi dan semangat peneliti untuk menjadi pribadi yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, serta bangsa dan negara. Peneliti sangat bersyukur atas segala pengorbanan dan doa yang mereka panjatkan untuk kesuksesan saya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan perjuangan mereka dengan Surga Firdaus diakhirat kelak. Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.
8. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada adek peneliti (Riski Romaito Nasution, Nur Aini Nasution, dan Muhammad Buyung Halomoan Nasution) serta Tulang peneliti (Damris Hasibuan), Nenek peneliti (Rosmina Batubara dan Siti Masra Hasibuan) dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang senantiasa

mendoakan dan mendukung peneliti selama proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

9. Terimakasih untuk sahabat-sahabat saya Andi Hasibuan, Dwi Safitri dan keluarga dwi, tim Gaje Squad (Elvyani, Ninka, Dila, Pauzi, Roni, Tantowi), Rukiah Aminah serta keluarga KKL dan keluarga Magang yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu. Bantuan, dukungan, dan semangat, termasuk pinjaman laptop, sangat membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesaiya skripsi ini.

Peneliti tidak bosan – bosan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Padangsidimpuan Mei 2025 Peneliti,



Hikmah Nasution
NIM. 21 404 00015

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kh a	Kh	Ka dan ha
د	D al	D	De
ذ	ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	R a	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	G ain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Q af	Q	Ki
ك	K af	K	Ka

ج	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	W au	W	We
ه	H a	H	Ha
ء	Hamz ah	..'	Apostrof
ي	Y a	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tand a	N a m a	Huruf L atin	N a m a
—	F athah	A	A
— —	K asr ah	I	I
— ڻ	Domm ah	U	U

2. Voal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

T and a d an Huruf	N am a	G abung an	N am a
.....ڻ	f athah d an y a	Ai	a d an i
ڻ	f athah d an wau	Au	a d an u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

H ark at d an Huruf	Nam a	Huruf d an T and a	N am a
....ڻ... ڦ..ڻ...!	f athah d an alif atau y a	ā	a d an garis at as
ڦ..ڻ...	K asr ah dan ya	í	i d an garis di baw ah
ڻ..ڻ..ڻ	ڦomm ah d an w au	ú	u d an garis di at as

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasr ah* dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandangal, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan denganha (h).

D. Syaddah (*Tasyid*)

Syaddah atau *tasyid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

Jl. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang

diikuti oleh huruf *q amari ah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qaariah* ditansliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. *Hamzah*

Dinyatakan di depan daftar transliterasi Arab - Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya denan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan

huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu kerensmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
PEMBIMBING LEMBAR	
PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSU SKRIPSI SENDIRI	
LEMBARAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	
PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
خلاصة	iii
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Batasan Istilah	9
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Tinjauan Teori	13
1. Strategi Pengembangan Usaha.....	13
2. Business Model Canvas	25
3. Analisis SWOT	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	41
B. Jenis Penelitian	41
C. Subjek Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	45
G. Teknik Pengelolaan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Deskripsi Data Penelitian.....	73
C. Pengelolaan dan Analisis Data	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	99
E. Keterbatasan Penelitian	107

BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Luas Tanah Dan Pendapatan Pepaya California.....	5
Tabel II. 1	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III. 1	Struktur Model Business Canvas (BMC)	49
Tabel III. 2	Analisis SWOT – BMC	51
Tabel III. 3	Penilaian Bobot Strategi Internal	55
Tabel III. 4	Faktor-Faktor Strategi Internal	55
Tabel III. 5	Penilaian Bobot Strategi Eksternal	58
Tabel III. 6	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	58
Tabel III. 7	Matriks Internal – Eksternal (IE)	60
Tabel III. 8	Matriks SWOT	62
Tabel III. 9	Penilaian Bobot QSPM Strategi Internal/ Eksternal	66
Tabel III. 10	Hasil Penilaian QSPM	66
Tabel IV. 1	Mata Pencaharian	74
Tabel IV. 2	Luas Tanah Dan Pendapatan Pepaya California.....	74
Tabel IV. 3	Struktur Business Model Canvas (BMC)	77
Tabel IV. 4	Analisis SWOT – BMC	80
Tabel IV. 5	Penilaian Bobot Strategi Internal	84
Tabel IV. 6	Faktor-Faktor Strategi Internal	84
Tabel IV. 7	Penilaian Bobot Strategi Eksternal	86
Tabel IV. 8	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	86
Tabel IV. 9	Matriks Internal – Eksternal (IE).....	88
Tabel IV. 10	Matriks SWOT	90
Tabel IV. 11	Penilaian Bobot QSPM Strategi Internal / Eksternal	95
Tabel IV. 12	Hasil Penilaian QSPM.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Sembilan Bangunan Business Model Canvas.....	26
Gambar II. 2	Kerangka Berpikir.....	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara yang memiliki sumber daya alam yang kaya akan hasil bumannya adalah negara Indonesia. Indonesia adalah negara agraris dengan tanah yang subur dan iklim tropis, memiliki potensi besar dalam sektor pertanian. Berbagai jenis komoditas pertanian dan hortikultura dihasilkan oleh petani diseluruh pelosok tanah air. Salah satu komoditas hortikultura yang semakin diminati di Indonesia adalah pepaya *california*, pepaya *california* merupakan jenis buah yang mudah beradaptasi diberbagai lingkungan, maka tidak heran pepaya kini sudah tersebar diseluruh dunia, termasuk di Indonesia dan merupakan salah satu komoditi buah yang disukai masyarakat Indonesia. Tanaman pepaya banyak ditanam baik didaerah tropis maupun subtropis, didaerah basah dan kering atau didaerah dataran rendah dan pegunungan.¹

Desa Siraisan merupakan salah satu desa di kecamatan Ulu Barumun kabupaten Padang Lawas provinsi Sumatra Utara, yang memiliki potensi yang besar dalam bidang pertanian. Desa Siraisan memiliki tanah yang subur dan iklim yang mendukung, sehingga memiliki kondisi dan peluang yang bagus untuk budidaya pepaya *california*. Pada tahun 2020 beberapa masyarakat siraisan mulai membudidayakan pepaya

¹ Rahmaniah et al., “Strategi Pengembangan Usaha (Pepaya California),” *Jurnal Ilmu Pertanian* 2, no. 1 (2022), hlm.12-13.

california. Awal mulanya masyarakat membudidayakan pepaya *california*, yaitu adanya dorongan dari keluarga yang latar belakangnya juga membudidayakan pepaya *california* di Mandailing Natal. Orang yang pertama kali membudidayakan pepaya *california* di desa Siraisan adalah bapak Fadli Hasibuan. Pada tahun 2021 masyarakat yang lain mulai mengikutinya, sehingga pada tahun 2023 masyarakat yang membudidayakan pepaya *california* berjumlah 10 (Sepuluh) orang dan pada akhir tahun 2023 jumlah masyarakat yang membudidayakan pepaya *california* mulai berkurang menjadi 8 (Delapan) orang.

Pepaya *california* adalah tanaman yang mudah dikelola dan tidak membutuhkan perawatan khusus, mudah tumbuh didaerah tropis maupun subtropis, didaerah basah dan kering, didaerah dataran rendah dan pegunungan. Dalam budidaya pepaya *california* tentunya bibit yang unggul adalah kuncinya. Bibit yang digunakan masyarakat Siraisan IPB 9 yang memiliki kualitas bagus dan harga bibit yang murah. Pepaya *california* memiliki siklus panen yang cepat dan produktif. Tanaman pepaya *california* mulai berbuah dalam waktu 7 hingga 9 bulan setelah penanaman dan tanaman dapat berbuah selama 3 tahun. Pepaya *california* memiliki ciri khas, yaitu dari segi ukuran, memiliki bentuk lonjong, kulit yang berubah dari hijau ke kuning-oranye, daging buah tebal, kenyal dan oranye cerah, rasa manis, serta biji yang sedikit dan kecil. Berbeda dari pepaya biasa yang memiliki ukuran lebih kecil, kulit yang berubah dari hijau ke kuning, daging buah berair dan oranye, rasa manis namun memiliki aroma kuat, serta biji

hitam yang banyak, sehingga orang lebih banyak menyukai buah pepaya *california* dibandingkan pepaya biasa.²

Banyak konsumen yang menyukai pepaya *california* yang memberikan potensi pasar yang lebih luas untuk pepaya *california*, sehingga permintaan pasar yang tinggi dan terus bertumbuh. Permintaan yang tinggi memberikan kepastian pasar terhadap para petani dan pelaku usaha pepaya *california* yang memungkinkan stabilitas pendapatan dan peluang untuk pengembangan usaha. Kondisi iklim tropis juga menjadi pendukung dalam keberhasilan budidaya pepaya *california*.³ Dengan adanya desa Siraisan yang memiliki tanah subur dan iklim yang mendukung tanaman pepaya *california* memungkinkan desa ini mampu mengembangkan usaha budidaya pepaya *california* dengan biaya yang relatif rendah dan memberikan keuntungan yang tinggi.

Meskipun desa Siraisan memiliki potensi pertanian yang besar dalam pengembangan usaha budidaya pepaya *california* dan memiliki risiko yang rendah, namun tanaman pepaya *california* tetap diperlukan pemeliharaan dan perawatan yang intensif, agar buah yang dihasilkan kualitasnya baik. Dalam budidaya pepaya beberapa petani menggunakan lahan yang berada disekelilingan sawah, yang memiliki jenis tanah basah. Kondisi kritis pada tanaman pepaya *california* berada pada tanah yang

² Muhammad Ardiansyah, “Keuntungan Usaha Budidaya Pepaya Calina Ipb 9 Di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 4 (2020), hlm. 799–812.

³ Kia Nurdiana, Suyudi Suyudi, and Hendar Nuryaman, “Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pepaya California Di Pasar Banjar,” *Jurnal Agristan* 2, no. 1 (2020), hlm. 42–44.

terlalu basah, sehingga mengakibatkan pepohonan tumbang. Tanah basah cocok untuk pepaya *california* tetapi ketika cuaca hujan yang terus menerus mengakibatkan pepaya *california* mudah tumbang. Pada kondisi tanaman yang masih rentan terhadap kondisi stres baik musim-musim hujan maupun kemarau membuat tanaman terkena serangan hama dan penyakit, seperti kutu putih, ulat buah, hewan dan lain lain, sehingga mengakibatkan gagal panen atau hasil panen yang kurang optimal, yang berdampak langsung pada pendapatan mereka.⁴

Hasil yang kurang optimal akan berdampak pada pendapatan ini artinya jumlah total uang yang diterima dalam suatu periode tertentu. Besar kecilnya pendapatan dalam usaha pertanian dipengaruhi seberapa besar penerimaan yang diperoleh serta pengeluaran yang dikeluarkan selama periode tersebut. Dalam budidaya pepaya *california* di desa Siraisan beberapa petani memiliki hasil panen yang optimal dan tidak optimal, serta ada yang mengalami gagal panen. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan iklim, serangan hama, atau kesalahan teknis dalam proses budidaya. Keadaan ini tentu saja berdampak langsung pada pendapatan para petani, yang cenderung menurun seiring dengan berkurangnya hasil yang dapat dijual. Pendapatan petani budidaya pepaya *california* di desa Siraisan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

⁴ Ahmad Dani Setiawan, “Pengembangan Budidaya Pepaya Jenis California Untuk Meningkatkan Ekonomi Di Desa Sungai Rengit Kabupaten Banyuasin,” *Jurnal. Um - Palembang* 1, no. 1 (2023),hlm.55-57.

Tabel I. 1 Luas Tanah Dan Pendapatan Pepaya *California* Yang Ada Di Desa Siraisan Kec. Ulu Barumun Kab. Padang Lawas Tahun 2021 -2023

No	Nama	Luas Lahan(Ha)	Hasil Panen / Tahun (Ton)		
			2021	2022	2023
1.	Fadli Hasibuan	0,29	10,40	18,40	20,80
2.	Nurlan Nasution	0,50	-	26,00	18,20
3.	Kandar Muda Nasution	0,50	-	31,20	35,30
4.	Ahyarun Batubara	0,50	-	33,80	36,40
5.	Nong Batubara	0,50	-	35,00	40,30
6.	Eri Anto Hasibuan	1,00	-	48,10	33,40
7.	Hasnawi Hasibuan	0,42	-	23,40	10,40
8.	Bur Hanuddin Hasibuan	0,29	-	13,00	9,36
Total		4,00	10,40	228,90	204,16

Sumber : Hasil Observasi

Tabel diatas menunjukkan luas area budidaya pepaya *california* yang ada di desa Siraisan adalah 4,01 ha dari 8 petani budidaya pepaya *california*, serta hasil pendapatan para petani dari tahun ke tahun. Ada 5 petani yang memiliki hasil panen yang baik dan setiap tahunnya terus meningkat, sehingga menyebabkan harga turun dari harga normal. Tetapi ada beberapa petani yang mengalami gagal panen dan hasil panen turun drastis, yaitu 3 petani diantaranya bapak Hasnawi, bapak Eri dan ibu Nurlan.

Adapun wawancara dengan beberapa petani usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan dengan saudara bapak Hasnawi umur 45 yang mengalami gagal panen, mengatakan:

Bapak Hasnawi mengatakan bahwa ditahun 2023 mengalami gagal panen yang disebabkan serangan hama kutu putih. Bapak Hasnawi juga mengatakan bahwa adanya serangan hama kutu putih terhadap

daun dan buah sehingga menurunkan hasil buah serta bentuk buah, ukuran dan fisik buah yang tidak layak untuk dijual dan hasil panen yang terkena kutu putih dibuang dan dibiarkan saja dibatangnya.⁵

Kemudian wawancara dengan ibu Nurlan Hasibuan umur 39 petani usaha budidaya pepaya *california* yang mengalami gagal panen, mengatakan:

Ibu Nurlan mengatakan pada tahun 2023 mengalami gagal panen yang disebabkan lahan tanah yang dipake jenis tanah basah. Sehingga ketika musim hujan yang terus menerus mengakibatkan banyak pohon pepaya yang tumbang. Ibu Nurlan mengatakan banyaknya pohon yang tumbang mengakibatkan kerugian dan hasil buah dari pohon yang tumbang terpaksa harus dibuang karna masih mentah dan ada sebagian buah mentah yang bisa dijual, namun dengan harga yang murah.⁶

Kemudian wawancara dengan bapak Eri umur 47 petani usaha pepaya *california* yang mengalami gagal panen, mengatakan:

Bapak Eri mengatakan bahwa dalam melakukan budidaya pepaya *California*, kurang beruntung diawal mulai membudidayakan usaha pepaya *california*, bapak ini tidak mendapatkan hasil yang bagus. Ditahun 2023 mengalami gagal panen yang derastis ini disebabkan faktor hewan yaitu monyet. Bapak Eri mengatakan bahwa hewan ini banyak mengambil hasil panen buah pepaya yang matang dan menjatuhkan pepaya yang belum dapat tempo waktunya sehingga ketika dapat tempo panen hasil buah yang ingin dipanen tidak ada. Bahkan hama ini membuat pepohonan tumbang. Pak Eri mengatakan bahwa hasil panen yang didapatkan sedikit dan pak Eri juga terpaksa harus menjual buah mentah dengan harga murah.⁷

Wawancara dengan bapak Nong Batubara umur 35 tahun petani usaha pepaya *california* yang memiliki hasil panen yang baik, mengatakan:

⁵ Hasnawi Hasibuan, Petani Usaha Budidaya Pepaya California, *wawancara*, (Siraisan, Kamis 7 November 2024).

⁶ Nurlan Hasibuan, Petani Usaha Budidaya Pepaya California, *wawancara*, (Siraisan, Kamis 7 November 2024).

⁷ Eri Anto Hasibuan, Petani Usaha Budidaya Pepaya California, *wawancara*, (Siraisan, Kamis 7 November 2024).

Bapak Nong mengatakan dengan banyaknya petani yang membudidayakan pepaya *california* dapat meningkatkan hasil produksi pepaya, namun dengan banyaknya hasil produksi yang ingin dipasarkan menyebabkan harga turun dari harga normal, sehingga hasil pendapatan menurun.

Kemudian wawancara dengan produsen buah pepaya *california* yang akan menjualkan semua hasil budidaya pepaya *california* kepada konsumen, yaitu ibu Aminah umur 35 terkait harga buah pepaya *california*, mengatakan:

Harga buah pepaya *california* 7.000/kg bahkan lebih mahal dengan kondisi disaat tidak panen raya. Harga buah pepaya *california* kondisi disaat panen raya 3.000 / kg. Harga buah pepaya *california* mentah 1.500/kg.⁸

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diatas banyak tantangan yang dihadapi para petani pepaya *california* sehingga mempengaruhi harga jual buah pepaya *california*. Hasil pepaya *california* mentah memiliki nilai harga jual yang rendah dari harga normal sehingga mempengaruhi pertumbuhan pendapatan para petani. Untuk meningkatkan nilai harga pepaya *california* para petani diharapkan mampu mendapatkan hasil buah yang berkualitas dan mampu mengelola pepaya mentah menjadi berbagai macam olahan makanan, seperti dodol pepaya, manisan pepaya, selai pepaya, saos pepaya, keripik pepaya dan lain - lain. Dalam mengelola pepaya *california* menjadi berbagai macam makanan olahan, sudah ada industri yang menerapkannya, yaitu industri di Nagari Batu Kalang kecamatan Padang Sago kabupaten Padang Pariaman yang sudah mengelola

⁸ Aminah, Produsen Usaha Budidaya Pepaya California, *wawancara*, (Siraisan, Kamis 7 November 2024).

pepaya *california* menjadi saus pepaya, dodol pepaya dan stik pepaya. Hasil olahan ini memberikan nilai tambahan baik itu dari segi kualitas dan harga jual.⁹

Memiliki produk dengan nilai yang berkualitas dan harga jual yang tinggi memerlukan usaha yang maksimal dalam hal perawatan, peningkatan kualitas, serta strategi pengembangan yang efektif dan berkelanjutan. Strategi pengembangan usaha adalah suatu penentuan arah perusahaan yang membutuhkan keputusan serta dorongan dari setiap lini usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen, yang memiliki pandangan kedepan supaya perusahaan dapat berkembang semakin besar baik dari segi produksi, brand, konsumen dan pendapatan perusahaan.¹⁰ Usaha budidaya pepaya *california* membutuhkan strategi pengembangan usaha, agar memiliki arah dan langkah-langkah spesifik untuk memperluas skala usaha dan meningkatkan kualitas produk, sehingga sesuai dengan kebutuhan pasar. Untuk strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california* menggunakan strategi pendekatan *Business Model Canvas* (*BMC*) yang terdiri dari sembilan elemen dan dibantu pendekatan Analisis SWOT , yang merupakan alat manajerial yang dapat membantu merancang model bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Dimana tujuan utama dari analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi strategi guna memanfaatkan

⁹ Laily Agustina Rahmawati, “Analisis Usahatani Pepaya Varietas California (Carica Papaya L.) Studi Kasus Di Desa Bakalan Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro Propinsi Jawa Timur,” *Jurnal Universitas Bojonegoro* 1, no. 1 (2015), hlm.3–6.

¹⁰ Esterlita Soba et al., “Analisis Pendapatan Usahatani Pepaya Di Desa Lembean Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara,” *Jurnal Ilmiah Agrisosio Ekonomi* 19, no. 2 (2023), hlm.92.

kesempatan eksternal, menghadapi ancaman, membangun dan melindungi kekuatan perusahaan dan menghilangkan kelemahan.¹¹

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan model bisnis yang digunakan sehingga dapat mengembangkan usaha budidaya pepaya *california*, serta dapat meningkatkan pendapatan para petani. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul “**Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya *California* Di Desa Siraisan**”

B. Batasan Masalah

Penelitian difokuskan pada pengembangan strategi usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan kecamatan Ulu Barumukabupaten Padang Lawas menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan analisis SWOT.

C. Batasan Istilah

1. Budidaya

Budidaya merupakan pengembangan pertanian yang dilakukan masyarakat, baik itu secara individu maupun berkelompok dengan tujuan mendapatkan hasil yang memenuhi kebutuhan pokok. Dalam konteks pertanian atau agribisnis, budidaya mencakup seluruh rangkaian aktivitas mulai dari persiapan, penanaman, pemeliharaan, hingga

¹¹ Freddy Rangkuti, “Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk,” *Business Management and Entrepreneurship Journal* 3, no. 1 (2019), hlm.1–18.

panen.¹² Budidaya, artinya budidaya yang dilakukan petani masyarakat desa Siraisan, masuk dalam kategori pertanian, yaitu pepaya. Jenis pepaya yang di budidayakan adalah pepaya *california*. Dalam budidaya pepaya *california* dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan ketentuan hasil panen dapat meningkatkan produktivitas dan berkualitas, serta memiliki harga jual yang tinggi.

2. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah memilih dan menganalisis pasar yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran usaha yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.¹³ Dalam pengembangan usaha memerlukan strategi, artinya pengembangan usaha budidaya pepaya *california* memerlukan arah dan langkah – langkah, agar mencapai tujuan yang diinginkan konsumen. Untuk strategi pengembangan usaha yang dilakukan menggunakan perumusan strategi, penerapan strategi, serta penilaian strategi dengan menggunakan strategi pendekatan *Business model Canvas (BMC)* dengan memanfaatkan sembilan blok elemen dan dibantu analisis SWOT. Strategi ini dapat membantu dalam pengembangan usaha dengan mengidentifikasi dan

¹² Kurniawati Mulyanti and Supandi Supandi, “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Budidaya Tanaman Sayuran,” *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* 3, no. 1 (2022), hlm.4.

¹³ Misni Saifudin, Addiarrahman Addiarrahman, and Lidya Anggraeni, “Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Purnama Raya H. Salsabila Lebak Bandung Jelutung,” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024), hlm.216.

menganalisis usaha budidaya pepaya *california* sesuai dengan konteks masing - masing.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapanya masalah dalam membudidayakan usaha pepaya *california*, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan dapat dioptimalkan untuk peningkatan produktivitas dan pendapatan petani dengan menggunakan pendekatan BMC dan analisis SWOT?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi dan perkembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan, termasuk potensi yang dimiliki dan hambatan yang dihadapi para petani.
2. Untuk menyusun strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california* yang paling tepat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT, agar produktivitas dan pendapatan petani bisa meningkat secara berkelanjutan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mendalam, serta menjadi pedoman dalam mengembangkan usaha pepaya *california* dengan strategi yang tepat, sehingga nantinya peneliti dapat mengambil kesimpulan dan dapat memberi manfaat.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi ilmiah yang dapat mendukung penelitian selanjutnya dibidang manajemen bisnis syariah, khususnya Prodi Manajemen Bisnis Syariah yang ingin meneliti permasalahan yang sama terkait strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california*.

3. Bagi Petani Pepaya *California*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan melalui strategi pengelolaan usaha yang lebih efektif, sehingga dapat menambah nilai jual dan meningkatkan pendapatan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan atau referensi penting bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha, khususnya yang memiliki kesamaan pokok masalah yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Strategi Pengembangan Usaha

a. Manajemen Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berarti seni memimpin atau mengatur. Menurut Glueck dan Jauc dalam buku Mimin Yatminiwiati menyebutkan bahwa –strategi– adalah sebuah rencana menyeluruh yang menghubungkan kekuatan utama perusahaan dengan tantangan yang ada di lingkungan sekitarnya.¹ Tujuan dari strategi ini adalah memastikan perusahaan dapat mencapai target utamanya melalui implementasi yang tepat. Strategi artinya proses penyusunan rencana oleh para pemimpin perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi.² Sehingga, strategi adalah cara perusahaan membuat rencana besar yang memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk menghadapi tantangan yang ada baik itu internal maupun eksternal. Dengan rencana ini, perusahaan berharap bisa mencapai tujuan utamanya melalui tindakan yang terarah dan efektif. Manajemen dapat dimaknai sebagai cara seorang manajer dalam mengatur,

¹ Mimin Yatminiwiati, *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*, (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019), hlm.3-4.

² Dian Sudiantini, *Manajemen Strategi*, (Cv. Pena Persada, 2022), hlm.9.

membimbing, dan memimpin orang-orang yang menjadi bagian dari organisasi atau timnya, dengan tujuan agar usaha yang dijalankan mampu mencapai target yang telah ditetapkan.

Menurut R. Terry, dalam buku Qudrat Nugraha yang menyatakan:

Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.³

Maka manajemen adalah proses mengatur, membimbing dan memimpin sumber daya manusia serta sumber daya lainnya dalam suatu organisasi atau usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses ini melibatkan langkah-langkah utama, yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian, yang dilakukan secara efektif dan efisien. Manajemen bertujuan untuk memastikan setiap elemen dalam organisasi berfungsi secara harmonis guna mencapai hasil yang optimal.

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai

³ Qudrat Nugraha, *Manajemen Strategis*, (Manajemen Strategis Pemerintahan, 2016), hlm.9-10.

tujuan.⁴ Maka manajemen strategi adalah seni dan ilmu dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan strategi yang mencakup berbagai fungsi organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Proses ini melibatkan pengamatan lingkungan, analisis peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, guna merumuskan strategi yang efektif.

Manajemen bisnis syariah merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan usaha yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Tujuan utama dalam manajemen syariah bukan semata-mata keuntungan materi, tetapi juga mencakup keberkahan, keadilan, dan kesejahteraan umat. Menurut Al-Qur'an dan Hadis, bisnis yang dijalankan hendaknya menjunjung tinggi nilai-nilai seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan ('adl), amanah, dan tanggung jawab sosial. Unsur-unsur utama dalam manajemen bisnis syariah meliputi, yaitu tauhid, amanah, keadilan, musyawarah, tanggung jawab social, tidak Mengandung Unsur Gharar, Riba, dan Maysir. Dalam persepektif Al-Qur'an dan Hadist unsur manajemen bisnis syari'ah adalah sebuah sistem pengelolaan usaha yang tidak hanya mengejar efisiensi dan efektivitas, tetapi juga keberkahan dan keridhaan Allah SWT.

⁴ Ec SR Nurmansyah and Burhan, *Manajemen Strategik*, (Cv. Eureka Media Aksara, 2023),hlm.20-21.

Sedangkan, prinsip-prinsip manajemen telah dicontohkan sejak zaman Nabi dan tertuang dalam Al-Qur'an serta Hadits. Unsur-unsur manajemen syariah merujuk pada pendekatan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) yang juga dikenal dalam manajemen konvensional, namun dengan dasar-dasar nilai Islam yang khas.

1) Unsur – Unsur Manajemen Syari'ah

a) Planning (الخطيط) / Perencanaan)

Perencanaan dalam bisnis syariah bertujuan untuk mencapai hasil yang optimal dengan niat yang baik dan benar. Hal ini didasarkan pada hadits:

"Sesungguhnya Allah mencintai apabila seseorang mengerjakan sesuatu, dia mengerjakannya dengan itqan (tepat, tuntas, terarah)." (HR. Thabrani)

b) Organizing (التنظيم) / Pengorganisasian)

Pengorganisasian berarti menempatkan seseorang sesuai dengan peran dan kemampuannya untuk mencapai sinergi.

Dalam QS. Ali Imran: 103:

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَقْرَفُوا وَاذْكُرُوا
نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ
مِنْ حُفْرَةٍ شَفَّا عَلَىٰ وَكُنْتُمْ أَخْوَانًا فَاصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ
لَعَلَّكُمْ أَيْتَهُمْ لَكُمُ اللَّهُ يُبَيِّنُ كَذِلِكَ مِنْهَا فَإِنْقَذْتُمُ النَّارَ
تَهْتَدُونَ

Artinya: "Berpegangteguhlah kamu semuanya pada tali (agama) Allah, janganlah bercerai berai, dan ingatlah nikmat Allah kepadamu ketika kamu

dahulu bermusuhan, lalu Allah mempersatukan hatimu sehingga dengan karunia-Nya kamu menjadi bersaudara. (Ingatlah pula ketika itu) kamu berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari sana. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu mendapat petunjuk.”⁵

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk "berpegang teguh pada tali agama Allah dan jangan bercerai-berai", yang mencerminkan pentingnya kolaborasi dan keteraturan dalam organisasi

- c) Actuating (التنسيق / Pelaksanaan dan Koordinasi) Pelaksanaan dan koordinasi bertujuan untuk menyelaraskan seluruh aktivitas dengan tujuan akhir. QS. Al-Baqarah: 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوْا فِي السَّلَامِ كَافَّةً وَلَا تَنْبِغُوا
مُّبِينٌ عَدُوُّكُمْ خُطُوْتِ الشَّيْطَنِ إِنَّهُ
ۚ ۲۰۸

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.”⁶

Ayat diatas mendorong umat Islam untuk masuk Islam secara kaffah (menyeluruh), yang artinya segala aspek bisnis harus terkoordinasi secara Islami dan tidak terpisah-pisah.

- d) Controlling (الرقابة / Pengawasan)

Pengawasan dalam manajemen bisnis Islam bukan hanya soal mengontrol hasil, tetapi juga menjaga integritas proses.

QS. At-Tahrim: 6:

⁵ QS. Ali Imran (3) : 103

⁶ QS. Al-Baqarah (2) : 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوَّا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِنُكُمْ نَارًا وَقُوْدُهَا
 النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلِكَةٌ غِلَاظٌ شَدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا
 أَمْرَهُمْ وَبَقْعَلُونَ مَا يُؤْمِرُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu. Penjaganya adalah malaikat-malaikat yang kasar dan keras. Mereka tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang Dia perintahkan kepadanya dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.”⁷

Ayat diatas menekankan pentingnya tanggung jawab pemimpin untuk mengarahkan, menilai, dan menjaga amanah dengan adil dan bertakwa

2) Prinsip Etika Manajemen Syariah

Selain unsur-unsur manajemen, terdapat prinsip etis yang membentuk fondasi manajemen syariah, yaitu:

- a) Ikhlas, yaitu segala aktivitas diniatkan karena Allah SWT.
- b) Jujur adalah menghindari penipuan, manipulasi, dan riba.
- c) Amanah, yaitu menjalankan tugas dan tanggung jawab dengan benar.
- d) Adil, yaitu berlaku adil dalam pembagian hasil, gaji, dan keputusan usaha.
- e) Tanggung Jawab, yaitu siap menerima konsekuensi dari setiap keputusan dan perbuatan.

⁷ QS. At-Tahrir (66) : 6

b. Perumusan Strategi

Perumusan Strategi adalah langkah penting dalam manajemen strategi yang dilakukan untuk menentukan arah dan tujuan organisasi secara menyeluruh. Perumusan ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan organisasi. Proses ini bertujuan untuk menciptakan strategi yang terintegrasi dan berorientasi pada pencapaian sasaran jangka panjang. Langkah-langkah dalam perumusan strategi meliputi:

1) Misi

Misi adalah tujuan mendasar atau alasan utama berdirinya sebuah organisasi. Pernyataan misi membantu memberikan suatu organisasi dengan organisasi lain dan menentukan cakupan operasi perusahaan, baik dalam produk maupun pasar yang dilayani.

2) Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir yang diharapkan dari aktivitas perencanaan. Tujuan ini harus jelas, terukur, dan relevan dengan misi organisasi. Pencapaian tujuan menjadi indikator keberhasilan organisasi dalam menjalankan misinya.

3) Strategi

Strategi adalah perencanaan menyeluruh untuk mencapai misi dan tujuan organisasi. Strategi dirancang untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif organisasi serta meminimalkan keterbatasan dalam persaingan.

4) Kebijakan

Kebijakan berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan dalam organisasi. Kebijakan ini menghubungkan perumusan strategi dengan implementasinya dan memberikan arahan bagi setiap divisi untuk mengembangkan kebijakan yang relevan dengan tujuan fungsionalnya.⁸

c. Penerapan Strategi

Penerapan strategi berfokus pada tiga tahapan utama, yaitu formulasi, implementasi, dan evaluasi. Tahap formulasi melibatkan pengembangan visi, misi, serta tujuan jangka panjang usaha, dengan menganalisis kekuatan seperti tanah subur dan tenaga kerja lokal. Selain itu, peluang pasar seperti tingginya permintaan pepaya organik juga diidentifikasi untuk memaksimalkan potensi lokal.

Tahap implementasi dilakukan dengan menetapkan kebijakan pengelolaan lahan yang efisien, memotivasi petani, serta memanfaatkan teknologi pertanian moderen untuk meningkatkan produktivitas. Strategi intensif seperti pengembangan pasar melalui

⁸ Asih Handayani and Aris Eddy Sarwono, *Buku Ajar Manajemen Strategis*, (UNISRI Press), 2021,16-20.

penjualan langsung kekonsumen dan kerja sama dengan mitra usaha menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan pasar.

Evaluasi strategi menjadi tahapan akhir yang krusial, dimana keberhasilan implementasi dinilai melalui analisis kinerja usaha, termasuk peningkatan pendapatan, efisiensi operasional, dan kepuasan konsumen. Penyesuaian strategi dilakukan jika ditemukan hambatan seperti fluktuasi harga atau persaingan pasar yang ketat.⁹

d. Penilaian Strategi

Penilaian strategi merupakan tahapan akhir dalam manajemen strategi yang bertujuan untuk memastikan bahwa strategi yang telah diimplementasikan sesuai dengan tujuan organisasi. Tahapan ini melibatkan tiga aktivitas utama. Pertama, peninjauan ulang faktor eksternal dan internal, yaitu mengevaluasi relevansi faktor peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang menjadi dasar formulasi strategi. Kedua, pengukuran kinerja, yang dilakukan dengan menggunakan indikator keberhasilan seperti pencapaian tujuan, efektivitas operasional, dan kepuasan pelanggan. Ketiga, pengambilan langkah korektif, yang bertujuan untuk mengatasi hambatan atau ketidaksesuaian yang mungkin terjadi selama

⁹ Rahim Rahman, Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Cet.1; Makasar; Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, vol. 2, 2020), hlm.35.

implementasi strategi, sehingga strategi dapat diselaraskan kembali dengan tujuan utama.¹⁰

e. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha, didalam buku Sigit Sriyono Hermawan, Hafsa mengatakan –bahwa pengembangan usaha adalah segala upaya untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pekerjaan, baik yang sedang berjalan maupun yang direncanakan¹¹. Hal ini mencakup pemberian informasi, pengubahan sikap, hingga peningkatan keterampilan Pengembangan usaha juga menjadi tanggung jawab utama para pengusaha atau wirausaha yang memerlukan visi kedepannya, motivasi tinggi, dan kreativitas. Dalam mengembangkan usaha harus mampu melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha (bisnis), dan menjalankan bisnis dengan berhasil.

Maka pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekedar anggapan yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan mengakrabkan pikiran, tenagadanbadanuntuk mencapai satu tujuan tertentu.¹²

¹⁰ Junaidah, *Implementasi Manajemen Strategis*, (Bandar Lampung; CV. Anugrah Utama Raharja, vol. 7, 2022),hlm.26.

¹¹ Sigit Sriyono Hermawan, *Manajemen Strategi & Risiko*, (UMSIDA Press, 2020),hlm.65-67.

¹² Adih Supriadi, Edy Arisondha, and Titis Nistia Sari, *Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2023),hlm.8-10.

Sedangkan pengembangan usaha adalah perspektif Islam adalah proses memperluas atau meningkatkan aktivitas bisnis dengan tetapi berpegang pada prinsip-prinsip syariah. Tujuan utamanya adalah bukan hanya untuk mencapai keuntungan materi, tetapi juga keberkahahan, kemuliaan dan keseimbangan antara kepentingan dunia dan ukhuwah. Dalam perspektif, setiap langkah adalah pengembangan usaha harus didasarkan pada nilai-nilai Islam yang mengedepankan keadilan, kejujuran, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Sebagaimana terdapat pada QS. Mutaffifin (83) ayat 1-3:

وَيَلْمِعُ لِلْمُطَفَّفِينَ (١) الَّذِينَ إِذَا أَكَلُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفِنُونَ (٢) وَإِذَا كَلُوْهُمْ أَوْ وَرَنُوْهُمْ يُخْسِرُونَ (٣)

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.”¹³

Tabsir Imam Ibnu Katsir asy-Syafi'i Ayat diatas menjelaskan tentang kejujuran dalam bertransaksi dalam usaha atau bisnis. An-Nasa'i dan Ibnu Majah meriwayatkan dari Ibnu 'Abbas, menceritakan bahwa setelah Nabi Saw sampai di Madinah, mereka (penduduk disana) adalah orang yang paling buruk dalam hal timbangannya, sehingga Allah Ta'ala menurunkan ayat:

وَيَلْمِعُ

¹³ QS. Mutaffifin (83) : 1,3.

فِيْنَ لِلْمَطْفِلِ “ Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang

curang”. Oleh karena itu, mereka pun memperbaiki timbangan setelah itu. Dan yang dimaksud dengan at-tathfiif disini adalah kecurangan dalam timbangan dan takaran, baik dengan menambah jika minta timbangan dari orang lain, maupun mengurangi jika memberikan timbangan kepada mereka. Oleh karena itu, Allah mensirikannya al-muthaffifin sebagai orang-orang yang anggap Dia janjikan dengan kerugian dan kebinasan, yaitu

عَلَى النِّاسِ الْمُتَحَفِّفُونَ al-wail (kecelakaan besar), dengan firman-Nya ini,

إِذَا أَكْنَلُوا إِذَا لَدَنَ الَّذِينَ “ Yaitu) orang-orang yang apabila menerima

takaran dari orang lain,” yakni dari orang-orang "minta

dipenuhi," yaitu mereka mengambil hak mereka secara penuh dan

bahkan berlebih. **أَوْ هُمْ كَلُّهُمْ وَإِذَا يُخْسِرُونَ**

وَزْنُهُمْ وَرُزْنُهُمْ “Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk

orang lain, mereka mengurangi”. Yakni, mereka mengurangi.¹⁴

Pengembangan usaha di sektor pertanian dan budidaya, seperti budidaya pepaya *california*, tidak hanya menuntut keterampilan teknis, tetapi juga integritas moral, khususnya dalam menjaga kejujuran dalam setiap transaksi. Kejujuran dalam hal

¹⁴ Imam Ibnu Katsir asy-Syafi'i, *Tafsir Surat Orang - Orang Yang Curang*, hlm.420-425.

takaran, kualitas, dan penetapan harga menjadi pondasi penting untuk membangun kepercayaan konsumen, menciptakan pelanggan tetap, serta memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Lebih dari itu, nilai kejujuran juga merupakan bagian integral dari konsep pengembangan produk halal, yang tidak hanya menitik beratkan pada bahan dan proses produksi, tetapi juga pada etika dalam distribusi dan transaksi. Produk yang dipasarkan dengan prinsip kejujuran, bebas dari penipuan, serta sesuai dengan syariat Islam akan memiliki nilai tambah sebagai produk halal yang utuh. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, usaha pepaya *california* tidak hanya memperkuat posisi di pasar lokal, tetapi juga membuka peluang untuk bersaing di pasar halal nasional dan global, sekaligus membangun citra usaha yang berkah dan berkelanjutan.

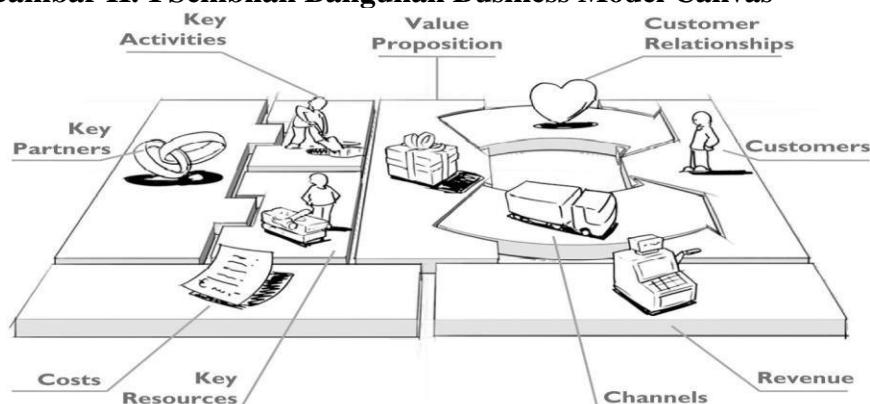
2. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang dirancang untuk membantu membuat dan mengelola bisnis secara menyeluruh. Alat ini memungkinkan pengusaha atau tim bisnis memvisualisasikan gambaran besar dari model bisnis, termasuk elemen-elemen kunci yang saling berkaitan.¹⁵ Dengan BMC, dapat menganalisis kekuatan dan kelemahan bisnis, serta mengidentifikasi langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan. Menurut Alexander Osterwalder

¹⁵ Nur Widyawati, *Teori Dan Penerapan Bisnis Model Canvas*, (Scopindo Media Cetak, vol. 7, 2020),hlm.16.

dalam buku Nur Widyawati mengatakan –bahwa *Business Model Canvas* menciptakan sebuah *framework* yang sederhana dan mudah dimengerti untuk menggambarkan bisnis kita yaitu *Business Model Canvas*.¹⁶ Model Bisnis Kanvas merupakan model bisnis yang dituangkan dalam visual gambar dan dibagi menjadi 9 aspek bisnis, yaitu *customer segments, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partners, cost structure*. BMC terdiri dari sembilan blok elemen, agar mempermudah memvisualisasikan bisnisnya, adalah sebagai berikut dibawah ini:

Gambar II. 1 Sembilan Bangunan Business Model Canvas



Sumber: Alexander Osterwalder (2014)

a. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Mengidentifikasi kelompok pelanggan spesifik yang menjadi target utama bisnis. Pelanggan adalah inti dari keberlangsungan bisnis,

¹⁶Nur Widyawati, *Teori Dan Penerapan Bisnis Model Canvas*, (Scopindo Media Cetak, vol. 7, 2020),hlm.19.

maka pengusaha harus memahami kebutuhan dan karakteristik setiap segmen.

b. *Value Proposition* (Nilai Unggul)

Menentukan nilai atau manfaat unik yang ditawarkan kepada pelanggan, yang menjadi alasan utama mereka memilih produk atau jasa dibandingkan pesaing.

c. *Channels* (Saluran)

Saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan yang digunakan untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan nilai unggul.

d. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Strategi membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan, termasuk akuisisi pelanggan baru dan retensi pelanggan lama.

e. *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

Aliran pendapatan yang diperoleh dari pelanggan melalui berbagai metode seperti penjualan langsung, biaya langganan, atau iklan.

f. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Aset-aset yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis, termasuk sumber daya fisik, intelektual, manusia, dan finansial.

g. *Key Activities* (Aktivitas Utama)

Kegiatan inti yang harus dilakukan untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan.

h. Key Partners (Mitra Utama)

Pihak eksternal yang bekerja sama untuk mendukung operasi bisnis, seperti pemasok, mitra strategis, atau distributor.

i. Cost Structure (Struktur Biaya)

Semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnis, baik biaya tetap maupun biaya variabel.¹⁷

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) danancaman (*threats*).¹⁸ Informasi eksternal mengenai suatu peluang danancaman yang dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk didalamnya pelanggan, dokumen, pemerintah, pemasok, khalangan perbankan, rekan di perusahaan lain. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal danancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan caraterbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai dalam hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka..¹⁹

¹⁷ Nur Widyawati, *Teori Dan Penerapan Bisnis Model Canvas*, (Scopindo Media Cetak, vol. 7, 2020),hlm.41.

¹⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006),hlm.18.

¹⁹ Dewi Kurniasih et al., *Teknik Analisa*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2021),hlm.61.

Maka analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), danancaman (*threats*) yang memengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Analisis ini membantu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ber dampak pada pengambilan keputusan strategis.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dan memiliki kesamaan pembahasan menjadi referensi penting bagi peneliti. Kajian ini memberikan bahan pertimbangan yang berharga dalam proses penelitian, yaitu dengan membandingkan hasil penelitian terdahulu dengan yang penelitian sekarang. Peneliti memanfaatkan hasil kesimpulan dari penelitian-penelitian ini untuk memperkuat argumen, memperluas wawasan, serta memastikan bahwa penelitian yang dilakukan berada dalam konteks yang tepat. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang diambil peneliti antara lain:

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rodame Monitorir Napitupulu,deng	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan	Hasil penelitian Penelitian ini berhasil mengidentifikasi tantangan dan peluang untuk

	<p>an judul penelitian “Pembangunan Model Bisnis Wisata Halal Aek Sabao Deng dan Pendekatan Model Bisnis Kanvas”. <i>Jurnal Iqtisaduna</i> 5, no. 2 (2019), hlm.201–214.</p>	<p><i>Business Model Canvas</i> (BMC) dan dan dibantu pendekatan Analisis SWOT.</p>	<p>pengembangan wisata halal Aek Sabao dengan pendekatan BMC dan SWOT. Rekomendasi yang diajukan memberikan kerangka pengembangan yang aplikatif untuk memaksimalkan potensi lokal dalam mendukung ekonomi berbasis syariah. Namun, perlu penelitian lanjut yang lebih mendalam, khususnya pada aspek pengalaman pengguna dan integrasi teknologi digital.</p>
2.	<p>Ratih Kurnia Hanifa, Azwar, dan Nidia Sofia, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Melalui Pendekatan Business Model Canvass (Studi pada Usaha Rumahan Achiella Cake)”. <i>Jurnal Administrasi Profesional</i> 4, no. 2 (2023), hlm.87–96.</p>	<p>Kualitatif deskriptif dengan pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM adalah produk tanpa bahaya yang awet, pelayanan yang ramah, dan variasi produk, sementara kelemahanannya terletak pada promosi yang kurang efektif, pemantauan media sosial yang minim, dan kapasitas produksi terbatas. Peluang utama adalah tingginya minat masyarakat terhadap produk kue dan nasi box, serta banyaknya media promosi yang tersedia, sedangkan ancaman dan dampak dari meningkatnya jumlah pesaing dan fluktuasi harga bahan baku. Strategi yang diusulkan mencakup mempertahankan kualitas dan variasi produk, meningkatkan pemasarannya melalui media sosial, dan menjaga hubungan dengan konsumen lama maupun baru. Transformasi <i>Business Model Canvas</i> meliputi penambahan saluran distribusi seperti</p>

			<p>website dan e-commerce, perlu as an segmen pelanggan mel alui media sosi al, serta kolaborasi dengan platform ojek online untuk meningkatkan distribusi produk.</p>
3.	Rahm aniah, Muhammad Arhim, Kaimuddin, Rizky Ariesty Fachrys a Halik, dengan judul “Str ategi Pengembangan Usaha (Pepaya <i>California</i>): Studi Kasus Kelompok Tani Bur aq Mandar Desa Bukit Sam ang Kec amatan Send an a Kabupaten Majene”. <i>Jurnal Ilmu Pertanian</i> 2, no. 1 (2022), hlm.11–20	Metode QSPM dan Analisis SWOT	<p>Hasil penelitian kelompok tani Bur aq Mandar memiliki kekuatan internal, seperti produk berku alitas, tenaga kerja lokal, ketersediaan lahan yang luas, serta modal yang kuat. Namun, mereka juga menghadapi kelemahan, termasuk manajemen yang kurang baik dan keterbatasan keterampilan serta belum adanya pengembangan produk dan riset lebih lanjut. Dari sisi eksternal, peluang yang ada adalah alih peringkat konsumsi buah, permintaan pasar yang tinggi, serta dukungan pemerintah dan perkembangan teknologi. Disisi lain, kelompok tani menghadapi ancaman dari perubahan cuaca, hama dan penyakit, persaingan, dan produk substitusi. Str ategi priorit as yang disusun melalui QSPM meliputi menjaga kualitas dan meningkatkan hasil produksi, mengoptimalkan pemeliharaan tanaman, mempertahankan keberlanjutan hasil produksi, memperbaiki manajemen pemasaran, dan menjalin kerjasama dengan akademisi atau lembaga pemerintah.</p>

4.	<p>Skripsi oleh Nadia Ayu Wulandari pada tahun 2022 di Universitas Lampung Bandar Lampung, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Cv Vanana Jayas Sinergi Menggunakan Metode <i>Business Model Canvas</i> (Bmc), <i>Swot Dan Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (Qspm)’.</p>	<p><i>Mixed method concurrent embedded</i> (kombinasi ku alitif dan ku antitif yang tidak seimbang).</p>	<p>Hasil penelitian model bisnis CV Vanana Jayas Sinergi saat ini berada pada kuarantena pertama (<i>growth-oriented strategy</i>), yang berarti perusahaan memiliki potensi untuk berkembang dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan dan menjaga hubungan baik dengan reseller untuk meningkatkan pemasaran dan stabilitas penjualan, didukung oleh kombinasi analisis SWOT dan QSPM. Pendekatannya ini membantu merumuskan strategi pengembangan usaha yang inovatif dan berbasis data, meskipun terbatas pada konteks perusahaan skala kecil.</p>
5.	<p>I Wayan Agus Candra Widiartha dan Rina Djunita Pasaribu, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks QSPM (Studi Kasus pada UD. Diamo Giyarnar)”. <i>Journal of Indonesian Business Research</i> 1, no. 1</p>	<p>Metode campuran (<i>Mix Method</i>), dengan analisis matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM.</p>	<p>Hasil penelitian UD. Diamo Giyarnar memiliki kekuatan pada modal yang memadai, tetapi lemah dalam pemasarannya tradisional. Peluang utamanya adalah pariwisata Bali yang berkembang dan meningkatnya kesadaran akan masyarakat akan kesehatan, sedangkan ancamannya adalah persaingan ketat dan produk substitusi seperti gadget. Strategi prioritas untuk pengembangan bisnis meliputi penambahan varian produk, meningkatkan hubungan dengan supplier, intensifikasi promosi secara online dan offline, serta penawaran paket sepeda lengkap untuk memenuhi</p>

	(2023), hlm.53-54.		kebutuhan pelanggan yang beragam.
6.	Aji Kusumastuti Hendrawan, Siti Fauzatun Wachidah, Alfi ana Restuningsih, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)”. <i>Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)</i> 5, no. 1 (2023), hlm.32-37.	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT, matriks IFAS dan EFAS, <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kedai Kopi Makosan memiliki kekuatan pada strategi, pelayanan baik, harga kompetitif, dan dukungan Yayasan Ya Bakii, namun memiliki kelemahan seperti tenaga kerja belum tersertifikasi, menu kurang variatif, dan promosi media sosial yang lemah. Peluang utama mencakup relayout tempat, branding melalui media sosial, dan peningkatan pemasaran, sementara ancaman datang dari pesaing yang lebih kreatif, fluktuasi harga bahan baku, dan menurunnya jumlah pelanggan. Strategi yang diusulkan meliputi relayout kedai, penambahan media sosial, serta pemanfaatan dukungan Yayasan Ya Bakii. Untuk memaksimalkan peluang, direkomendasikan inovasi menu, peningkatan promosi digital, sertifikasi tenaga kerja, dan peningkatan kerjasama dengan yayasan serta supplier.
7.	Skripsi, Desi Lestari pada tahun 2023 di Universitas Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul “Analisis Strategi	Kualitatif dengan pendekatan lapangan (field research).	Hasil penelitian pengembangan budidaya pepaya <i>californica</i> di Pekon Kotabagung dapat dilakukan melalui strategi <i>growth</i> , diversifikasi, <i>turn-around</i> , dan defensif, dengan memanfaatkan potensi lahan subur, meningkatkan nilai

	Pengembangan Budidaya Pepaya California dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Petani Pepaya California di Pekon Kotagung, Kec. Kotagung, Tangerang)”		tambah produk, mengadaptasi teknologi dan penyakit tanaman, serta mengelola risiko fluktuasi harga melalui kemitraan strategis. Dari sisi kesejahteraan, 80% petani telah mencapai kategori sejahtera III plus, sementara 20% lainnya berada pada tingkat kesejahteraan II. Berdasarkan Makasarid Syariah, mayoritas petani dinyatakan sejahtera karena kebutuhan dasar mereka telah terpenuhi, menunjukkan bahwa budidaya ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.
8.	Skripsi oleh Fahrur Rozi pada tahun 2023 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Pepaya dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sayur Matua Kecamatan Nagajung”.	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian Strategi pengembangan agribisnis pepaya di desa Sayur Matua meliputi pemilihan bibit unggul, pemilihan lokasi tanam, pemupukan yang tepat, penyemprotan hama, dan metode panen yang baik. Walaupun strategi ini diterapkan secara umum, petani masih menghadapi beberapa kelemahan seperti modal yang terbatas, lokasi perkebunan yang terpencil, dan minimnya penggunaan teknologi modern. Hasil panen petani bervariasi antara 160 kg hingga 250 kg per minggu dengan harga Rp2.000/kg, yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari masyarakat.
9.	Skripsi oleh Erika Irawan	Kualitatif deskriptif	Usaha batubara di Desa Jambur Padang Matinggi

	pad a t ahun 2024 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Has an Ahmad Add ary Pad angsidimpu a n, dengan judul “Str ategi Pengembangan Us ah a B atu Bat a di Desa J ambur Pad ang M atinggi Kec amat an Panyabungan Ut ar a”		memiliki potensi dengan sumber daya alam melimpah d an mod al mem ad ai, n amun terkend al a teknologi tradision al dan pem asar an lok al. Str ategi pengembangan yang diusulk an mencakup modernisasi teknologi, diversifikasi produk, dan perluas an pem asar an untuk meningk atkan efisiensi dan daya saing.
10.	Skripsi oleh Pauzi ah Nur pad a t ahun 2024 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Has an Ahmad Add ary Pad angsidimpu a n, dengan judul “Analisis Str ategi Pengembangan Us ah a IKM Pand ai Besi Har ahap Ser asi Sipange D alam Perspektif Ekonomi Islam”.	Kualit atif deskriptif	Str ategi pengembangan IKM Pand ai Besi H ar ah ap Ser asi Sip ange meliputi revit aliasasi p asar tradision al, pengembang an konsep produk, d an kerjas am a penju alian deng an ped ag ang lok al d an distributor. Str ategi ini sesuai deng an prinsip ekonomi Islami yang menek ank an kejujuran d an pers aingan sehat. T antangan ut am a ad alah persaing an dari bengkel p and ai besi m andiri di desa yang sam a.

Tabel diatas berisi penelitian terdahulu yang membahas strategi pengembangan usaha. Adapun persamaan dan perbedaan peneliti an ini adalah sebagai berikut:

Penelitian Rodame Napitupulu, dalam penelitian ini persamaan yang dituju sama-sama menggunakan pendekatan BMC dan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnis. Perbedaan, yang dituju fokus Napitupulu pada pengembangan wisata halal, sedangkan penelitian sekarang berfokus pada agribisnis budidaya pepaya California, serta penelitian ini menggabungkan pendekatan BMC, analisis SWOT dan QSPM.

Penelitian Ratih Kurnia Hanifa et al, Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan BMC sebagai kerangka utama dalam merumuskan strategi bisnis. Perbedaannya, yaitu penelitian Hanifa meneliti UMKM dibidang makanan rumahan (Achiella Cake)²⁰, sedangkan penelitian saat ini menargetkan usaha budidaya agribisnis dengan tambahan dimensi syariah, selain itu penelitian ini menggabungkan pendekatan BMC, analisis SWOT dan QSPM.

Penelitian Rahmaniah et al, persamaan sama-sama menggunakan analisis strategi pengembangan pepaya California dengan SWOT, menyoroti aspek kekuatan, kelemahan, peluang, danancaman. Perbedaan, yang dituju Rahmaniah meneliti pada skala kelompok tani²¹, sedangkan penelitian sekarang menitikberatkan pada individu petani di desa Siraisan dengan tambahan kerangka BMC dan penelitian ini menambah pendekatan QSPM agar menguatkan strategi yang ingin dipilih.

²⁰ Saffa Archietya Ramadhani, Syamsu Rizal, and Azwar -, “Strategi Pengembangan Usaha Melalui Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada Usaha Rumahan Achiella Cake),” *Jurnal Administrasi Profesional* 4, no. 2 (2023), hlm 87–96.

²¹ Rahmaniah et al., “Strategi Pengembangan Usaha (Pepaya California) (Studi Kasus Kelompok Tani Buraq Mandar Desa Bukit Samang Kecamatan Sendana Kabupaten Majene),” *Jurnal Ilmu Pertanian* 2, no. 1 (2022), hlm. 11–20, <https://doi.org/10.51574/jip.v2i1.52>.

Penelitian Nadia Ayu Wulandari, Persamaan sama dalam penelitian ini sama-sama menggunakan kombinasi BMC, SWOT, dan QSPM untuk merumuskan strategi bisnis. Perbedaannya adalah fokus penelitian Nadia, yaitu pengembangan usaha berbasis data di perusahaan skala kecil²², sedangkan peneliti sekarang menargetkan agribisnis pedesaan dengan konteks syariah, metode penelitian terdahulu menggunakan *mixed method concurrent embedded* sedangkan penelitian ini kualitatif, waktu dan tempat berbeda, selain itu teknik pengumpulan data berbeda dan penelitian sekarang menggunakan teknik pengecekan keabsahan data.

Penelitian I Wayan Agus Candra Widiartha, Persamaan sama-sama menggunakan analisis SWOT dan QSPM untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis. Perbedaannya peneliti Agus meneliti pengembangan bisnis UD Dinaromya yang berada di bidang sepedaan, sedangkan penelitian sekarang fokus pada agribisnis pedesaan, yaitu usaha budidaya pepaya California. Perbedaan yang lain penelitian terdahulu hanya menggunakan analisis SWOT dan QSPM, sedangkan peneliti ini menggunakan mengggunakan tiga pendekatan, yaitu BMC, analisis SWOT dan QSPM.

Penelitian Aji Kusumastuti Hendrawan et al, Persamaan sama-sama memanfaatkan BMC dan analisis SWOT untuk pengembangan usaha.

²² Nadia Ayu Wulandari, “Strategi Pengembangan Usaha Cv Vanana Jaya Sinergi Menggunakan Metode Busines Model Canvas (BMC), SWOT Dan Quantitative Strategic Planing Matrix(QSPM)”, Skripsi, (Universitas Lampung Bandar Lampung, 2022).

Perbedaannya adalah penelitian Hendrawan berfokus pada bisnis kedai kopi²³, sementara penelitian saat ini mengintegrasikan prinsip syariah dalam agribisnis.²⁴

Penelitian Desi Lestari dan penelitian sekarang sama – sama memiliki kesamaan, yaitu sama – sama mengkaji strategi pengembangan pepaya *california* dan dampaknya pada kesejahteraan masyarakat. Perbedaannya ada pada penelitian Desi yang menghubungkan pengembangan usaha dengan perspektif ekonomi Islam secara eksplisit²⁵. Sementara penelitian sekarang mengaitkan nilai-nilai syariah secara implisit.

Penelitian Fahrur Rozi, persamaannya sama –sama menyoroti pengembangan agribisnis pepaya dengan pendekatan kualitatif. Perbedaannya penelitian Rozi lebih terfokus pada metode budidaya teknis seperti pemilihan bibit dan lokasi tanam²⁶, sedangkan penelitian sekarang mencakup elemen bisnis dan pemasaran dengan BMC.

Penelitian Erika Irawani, persamaan, yaitu Sama-sama menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan usaha. Perbedaannya

²³ I Wayan Agus Candra Widiartha and Rina Djunita Pasaribu, “Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Qspm (Studi Kasus Pada Ud . Dinamo Gianyar),” *Journal of Indonesia Business Research* 1, no. 1 (2023), hlm.53-54.

²⁴ Wulandari, “Strategi Pengembangan Usaha Cv Vanana Jaya Sinergi Menggunakan Metode Busines Model Canvas (BMC), SWOT Dan Quantitative Strategic Planing Matrix(QSPM)”, *Skripsi* (Universitas Lampung Bandar Lampung,2022)

²⁵ Nicholas Bloom and John Van Reenen, “Analisis Strategi Pengembangan Budidaya Pepaya California Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Persepektif Ekonomi Islam,*Skripsi*,(Studi Pada Petani Pepaya California Di Pekon Kotaagung, Kec. Kotaagung, Tanggamus” (Universitas Negeri Raden Intan Lampung, 2023),hlm1-64.

²⁶ Fahrur Rozi, “Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Pepaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sayur Matua Kecamatan Naga Juang” (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2023).

Erika meneliti usaha batu bata, bukan agribisnis, sehingga elemen yang dianalisis berbeda, meski menggunakan kerangka kerja serupa²⁷.

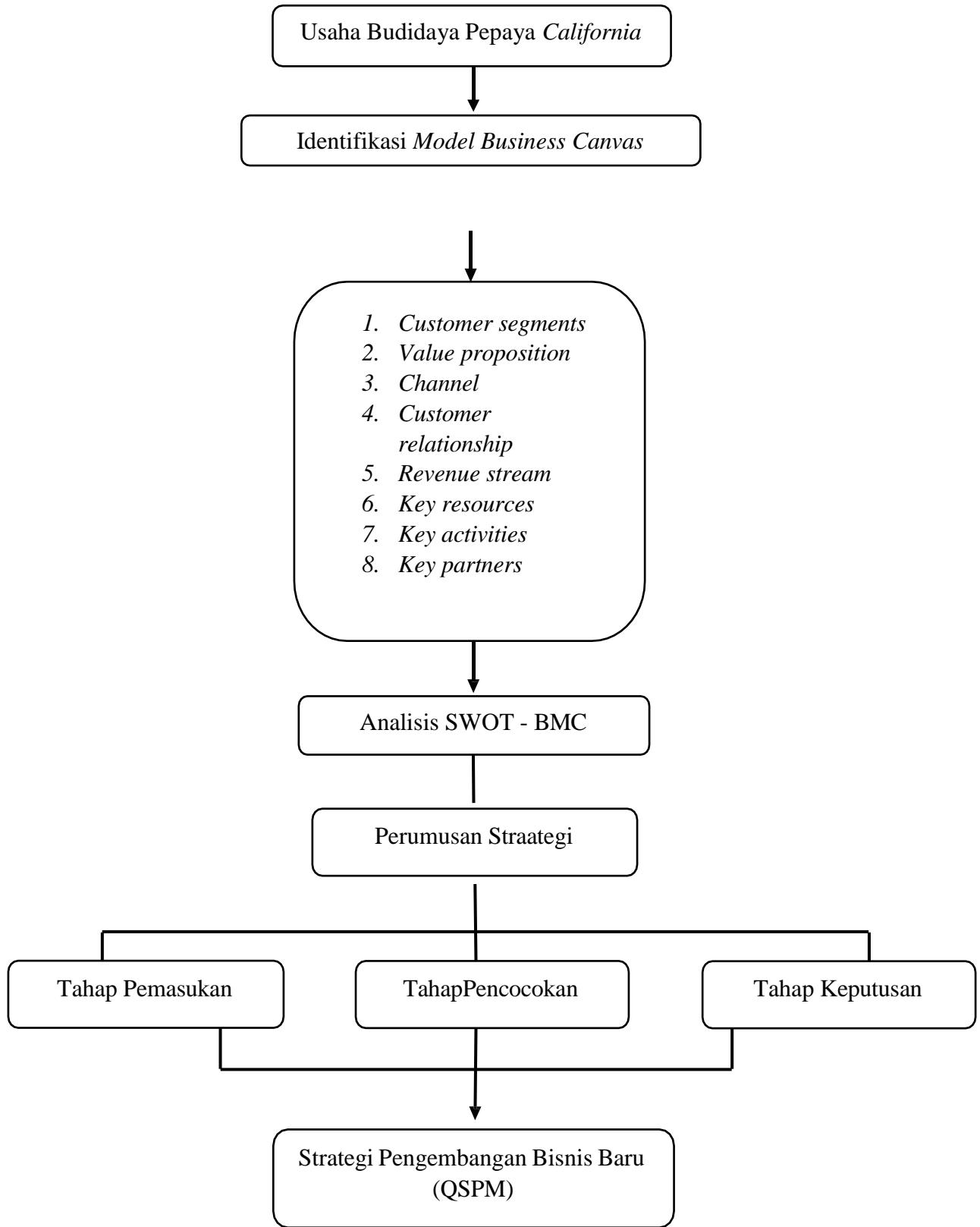
Penelitian Pauziah Nur, Persamaan sama – sama membahas strategi pengembangan usaha dengan mengaitkannya dengan prinsip ekonomi Islam. Perbedaan berada pada fokus Pauziah, yaitu pada IKM pandai besi²⁸, sedangkan penelitian ini fokus pada agribisnis pepaya *california*.

²⁷ Erika Irawani, “Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata Di Desa Jambur Padang Matinggi Kecamatan Panyabungan” (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2024).

²⁸ Pauziah Nur, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha IKM Pandai Besi Harahap Serasi Sipange Dalam Persefektif Ekonomi Islam” (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2024).

C. Kerangka Berpikir

Gambar II. 2 Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di desa Siraisan Kecamatan Ulu Barumun Kabupaten Padang Lawas, pada pertama pepesta *california*. Kemudian waktu penelitian dilaksanakan sejak September 2024 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alami.¹ Metode ini akan mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dengan memanfaatkan sembilan blok elemen yang ada, serta dengan bantuan analisis SWOT, dengan metode analisis SWOT dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis atau menganalisis faktor internal dan eksternal, serta pendekatan QSPM untuk mengoptimalkan strategi yang tepat.

¹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sustainability (Switzerland), vol. 11, 2021), hlm.76.

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberi informasi tentang datanya yang diinginkan peneliti berkenaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari.²

Sehubungan dengan masalah yang akan diteliti, maka subjek penelitian ini adalah seluruh petani pepaya *californica* di desa Siraisan, yaitu 8 orang petani, dinas koperasi 1 orang, kepala desa Siraisan dan distributor buah 1 orang yang ada di desa Siraisan. Informan yang dipilih dianggap mampu memberikan jawaban yang akurat terkait masalah yang diteliti.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti.³ Dalam hal ini data primer diperoleh melalui wawancara dengan pengelola atau pihak usaha pelaku petani pepaya *c alifornica* di desa Siraisan kecamatan Ulu Barumun kabupaten Padang Lawas.

² Muhammad Rijal Fadli Fadli, “*Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*,” (Medan: Restu Printing Indonesia, 21, no. 1 2008), hlm.33–54.

³ Nurjanah, “Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah,” *Jurnal Mahasiswa* 1 (2021), hlm.5.

2. Data Skunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁴ Penelitian ini mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, data dari internet, skripsi maupun tesis penelitian yang sebelumnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan faktor.⁵ Jenis-jenis observasi ada dua *non partisipan* dan berstruktur. Observasi *non partisipan*, artinya peneliti tidak ambil bagian/tidak terlihat langsung dalam kegiatan orang-orang yang diobservasi. Sedangkan Observasi yang berstruktur, artinya dalam melakukan observasi, peneliti mengacu pada pedoman yang telah disiapkan terlebih dahulu.⁶

Adapun jenis observasi yang digunakan peneliti adalah observasi *non partisipan*, yaitu dilakukan observasi langsung

⁴ Imron Imron, “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang,” *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* 5, no. 1 (2019), hlm.19–28.

⁵ Hasyim Hasanah, “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial),” *Jurnal At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017), hlm.21.

⁶ Anna Wada, Fauziah Hamid, Pertiwi, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan, 2018), hlm.35.

kelapangan tanpa terlihat langsung mengikuti kegiatan orang – orang yang diobservasi, dengan mengunjungi para petani pepaya di desa Siraisan kecamatan Ulu Barumun kabupaten Padang lawas.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode komunikasi dua arah yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara bertanya dan menjawab secara langsung antara pewawancara (*interviewer*) dan narasumber (*interviewee*). Dalam melakukan wawancara, penulis perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁷ Jenis wawancara ada empat, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, wawancara tidak terstruktur dan wawancara *focus group discussion* (FGD).

Adapun jenis wawancara yang dilakukan peneliti, yaitu wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur (*Unstructured Interview*) adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁸ Dalam wawancara tidak terstruktur memberikan kesempatan kepada para informan untuk berkomunikasi terbuka tanpa menggunakan pertanyaan baku,

⁷ Rendy Susanto, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt. Patrinsaka,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 5, no. 9 (2017), hlm.89–99.

⁸ Roberta Uron Subakti, Hani Hurit, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Rake Saras, 2020), hlm.65.

sehingga peneliti dapat menggali secara mendalam, mengenai informasi strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dapat melalui komposisi, gambar, atau karya seseorang. Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan berbentuk gambar.⁹

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data penelitian kuatatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, dan trigulasi.

1. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan peneliti lakukan kembali ke lapangan untuk observasi dan wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui. Sehingga hubungan peneliti dengan narasumber akan terbentuk *r appor* (Semakin akrab).

⁹ Iryana, *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*, 2019, <https://doi.org/10.31227/osf.io/2myn7>.

2. Peningkatan Ketekunan Dalam Penelitian

Peningkatan ketekunan adalah usaha peneliti untuk mengamati dan mencatat data secara teliti, mendalam, dan terus-menerus. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Tujuannya agar data yang dikumpulkan benar-benar akurat, sesuai kenyataan, dan bisa dipercaya.¹⁰

3. Tringulasi

Triangulasi adalah suatu cara untuk mendapatkan data yang benar-benar absah dalam penelitian kualitatif. Triangulasi terdiri dari beberapa macam yaitu triangulasi sumber, waktu, teori, metode, dan peneliti. Adapun triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah upaya peneliti untuk mendapatkan data yang absah melalui beberapa sumber.¹¹ Dalam penelitian strategi pengembangan usaha budidaya pepaya *californica* di desa Siraisan, triangulasi sumber dilakukan dengan memanfaatkan informasi dari berbagai pihak atau informan yang terkait dengan budidaya pepaya *californica*, seperti petani dan distributor.

¹⁰ M. Husnulail et al., “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Lmiah,” *Journal Genta Mulia* 15, no. 0 (2024), hlm 73.

¹¹ Tuti Khairani Harahap Muhammad Hasan et al., Metode Penelitian Kualitatif (Grup Penerbitan CV Tahta Media Group, 2023), hlm 198.

G. Teknik Pengelolaan Data

1. Reduksi Data

Reduksi data atau merangkum informasi bersumber pada hal-hal yang penting untuk diolah atau diambil saran kesimpulan. Reduksi data bisa dilakukan dengan cara melakukan abstraksi atau merangkum hal yang penting agar tetap berada dalam penelitian.¹² Proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan intidiari data yang diperoleh dari hasil penggalian data. Adapun reduksi data yang dilakukan peneliti untuk pengumpulan data, yaitu dengan mewawancara seluruh petani pepaya *californi* di desa Siraisan dan distributor pepaya *california* dalam bentuk verbatim atau kata demi kata.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan.¹³

Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali

¹² Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian, ed. Try Koryati, (Cet.1;Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021),hlm.47.

¹³ Hardi Warsono, Retno Sunu Astuti, and Ardiyansyah, *Metode Pengolahan Data Kualitatif Menggunakan Atlas.Ti*, 2022,hlm.14.

dengan pengelompokan pada setiap pokok masalah. Padat tahap penyajian ditala, data yang telah dituangkan dalam bentuk verbatim diorganisir dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian agar lebih sistematis dan mudah dipahami. Kemudian ditalakan disajikan dalam bentuk sembilan blok elemen dan analisis menggunakan analisis SWOT berdasarkan hasil wawancara atau hasil dari pertanyaan yang sudah dipertanyakan.

a. Identifikasi *Model Business Canvas* (BMC)

Bussines Model Canvas adalah suatu metode untuk mengenal lebih detail rupa usaha yang sedang atau yang akan dijalani dalam satu lembar *canvas* yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi satu sama lain dan didalamnya mencakup strategi internal maupun eksternal suatu unit usaha.¹⁴ Pada penelitian ini model bisnis pada usaha budidaya pepaya *california* disusun dengan menggunakan pendekatan BMC yang terdiri dari sembilan elemen yaitu *customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key Partnership dan cost structure*.

Pendekatan BMC berpedoman wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha budidaya pepaya *california*. Dalam pendekatan BMC, peneliti akan melakukan Identifikasi

¹⁴ Muhammad Harsa Wardana and Farida Djumiati Sitania, “Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Kedai Kabur Bontang,” *Jurnal Teknik Industri (JATRI)* 1, no. 1 (2023), hlm. 11–13, <https://doi.org/10.30872/jatri.v1i1.492>.

Model Busines Canvas terkait dengan sembilan elemen yang ada diBMC. Setiap elemen ini dianalisis berdasarkan data lapangan yang dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara dengan petani pepaya sebanyak delapan petani, satu distributor buah, serta wawancara dengan satu orang dari pihak dinas Koperasi Padang Lawas dan kepala desa Siraisan. Responden yang dipilih mampu memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti, sehingga nantinya peneliti dapat mengetahui masalah yang ingin diteliti dan peneliti dapat memebrikan solusi. Untuk mengetahui keputusan yang akan diambil, langkah pertama yang dilakukan mengetahui model usaha atau gambaran struktur usaha . Berikut adalah gambaran struktur yang akan dilaksanakan di *Busines Model Canvas*:

Tabel III. 1 Struktur Model Business Canvas (BMC)

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
Pihak-pihak yang membantu menjalankan usaha bersama	Kegiatan Utama yang dilakukan perusahaan agar usaha bisa berjalan dengan lancar	Nilai lebih yang ditawarkan kepada pelanggan	Cara usaha membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan	Segmen pelanggan yang menjadi sasaran usaha
	<i>Key Resources</i> Hal-hal penting yang dibutuhkan supaya usaha bisa jalan		<i>Channels</i> Cara yang digunakan perusahaan untuk menjangkau pembeli	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		

Semua pengeluaran yang dibutuhkan agar usaha bisa berjalan dan menghasilkan keuntungan.	Sumber pendapatan usaha
---	-------------------------

Sumber: Struktur Model Bisnis Kanvas (Osterwalder and Pigneur, 2015)

b. Analisis SWOT – Elemen BMC

Tahap berikutnya dalam penelitian ini adalah melakukan evaluasi terhadap sembilan elemen dalam *Business Model Canvas* (BMC) menggunakan analisis SWOT untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, danancaman dan dari masing-masing elemen tersebut. Proses ini bertujuan untuk menggali potensi dan tantangan yang ada dalam setiap komponen BMC, sehingga dapat diperoleh gambaran menyeluruh mengenai model bisnis yang sedang dianalisis.¹⁵ Hasil dari evaluasi ini akan memberikan pemahaman mendalam mengenai elemen-elemen penting dalam pengembangan usaha budidaya pepaya *california*.

Salah satu cara yang efektif untuk mengevaluasi komponen-komponen BMC secara rinci dan menggali potensi inovasi atau pembaruan dalam model bisnis adalah dengan menggabungkan analisis SWOT.¹⁶ Dengan memadukan kekuatan, kelemahan, peluang, danancaman dalam analisis BMC, yaitu

¹⁵ Rodame Monitorir Napitupulu, “Pengembangan Model Bisnis Wisata Halal Aek Sabaon Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas,” *Jurnal Iqtisaduna* 5, no. 2 (2019), hlm. 10–11, <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v5i2.11075>.

¹⁶ Wardana and Sitania, “Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Kedai Kabur Bontang.”, *Jurnal Teknik Industri (JATRI)* 1, no. 1 (2023), hlm. 16

menempatkan sembilan elemen BMC kedalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga perusahaan dapat lebih mudah menemukan jalan menuju pengembangan strategi yang lebih baik. Setelah masing-masing elemen BMC teridentifikasi melalui analisis SWOT, tahap selanjutnya adalah menyimpulkan hasil evaluasi tersebut ke dalam isu strategis. Isu strategis ini diperoleh dengan melakukan penyaringan informasi yang didapat dari analisis lingkungan usaha budidaya pepaya *california*. Sehingga hasil analisis SWOT - BMC dapat digambarkan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel III. 2 Analisis SWOT - BMC

No	Elemen	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
1	<i>Customer Segments</i>				
2	<i>Value Proposition</i>				
3	<i>Channels</i>				
4	<i>Customer Relationships</i>				
5	<i>Revenue Streams</i>				
6	<i>Key Resources</i>				
7	<i>Key Activities</i>				
8	<i>Key Parteneship</i>				
9	<i>Cost Structure</i>				

Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2015)

3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi merupakan langkah akhir dalam proses analisa data penelitian kuantitatif. Penarikan kesimpulan dapat

dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.¹⁷ Dalam penelitian ini adalah tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi, dimana hasil analisis SWOT dan QSPM digunakan untuk memberikan masukan strategis bagi pengembangan model bisnis usaha budidaya pepaya *california*. Pada tahap ini, berbagai informasi yang telah dianalisis sebelumnya diintegrasikan untuk menghasilkan wawasan yang relevan dan mendalam.

Melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*), diperoleh gambaran yang jelas mengenai posisi strategis perusahaan, termasuk kekuatan yang dapat dimanfaatkan, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang bisa dioptimalkan, dan ancaman yang harus diantisipasi. Hasil ini kemudian diperkuat dengan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), yang memberikan prioritas strategis berdasarkan data kuantitatif untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih terukur.

Perumusan strategi merupakan langkah awal dalam proses manajemen strategi untuk menentukan arah pengembangan usaha. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang optimal. Peneliti menggunakan perumusan strategi. Dalam perumusan strategi ada tiga

¹⁷ Syafrida Hafni Sahrir, ed., *Metodologi Penelitian*, (Cet.1; Yogyakarta; Penerbit KBM Indonesia, 2021), hlm.98.

tahapan, yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan dengan menggunakan analisis *Internal Strategic Analysis Summary* (IFE), *External Strategic Analysis Summary* (EFE), matriks *Internal-External* (IE), matriks SWOT, dan matriks.¹⁸

a. Tahap Pemasukan

1) Matriks IFE

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) adalah alat strategis yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan serta kelemahan utama dari area fungsional suatu bisnis. Matriks ini berfungsi sebagai dasar untuk memahami hubungan antara faktor-faktor internal tersebut dan perannya dalam perumusan strategi. Proses pengembangannya dilakukan dalam lima langkah berikut:

- a) Membuat daftar faktor-faktor internal utama, yaitu identifikasi kekuatan dan kelemahan utama perusahaan berdasarkan analisis area fungsional, seperti keuangan, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan manajemen operasional.
- b) Memberi bobot untuk setiap faktor, yaitu bobot dalam matriks IFE ditentukan dengan mengajukan daftar faktor strategis internal kepada pihak yang dijadikan sebagai

¹⁸ Nadia Ayu Wulandari, "Strategi Pengembangan Usaha Cv Vanana Jaya Sinergi Menggunakan Metode Business Model Canvas (Bmc), Swot Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm)" (2022).

responden, kemudian mereka diminta membandingkan tingkat kepentingan antar faktor tersebut menggunakan metode ‘*Paired Comparison*’ dan setiap faktor diberikan bobot antara skala 1,2 dan 3. 1 (kurang penting), 2 (sama penting) dan 3 (lebih penting). Total dari bobot semua faktor harus sama dengan 1,0. Bobot ini menunjukkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap kinerja organisasi. Bobot dari setiap faktor dihitung dengan menggunakan nilai faktor tersebut terhadap total nilai dari semua faktor, menggunakan rumus berikut:

$$Ai = \frac{\sum_{i=1}^{Xi} Xi}{n}$$

Keterangan:

Ai = Bobot dari faktor ke-i

Xi = Nilai atau skor dari faktor ke-i

i = Indeks faktor, mulai dari 1 hingga n

n = Jumlah total faktor yang dianalisis

- c) Memberikan peringkat (Rating) pada setiap faktor Peringkat diberikan dalam skala 1,2,3, hingga 4, yaitu 1 (Sangat lemah), 2 (Lemah), 3 (Kuat) dan 4 (Sangat kuat). Begitu juga dengan kelemahan, kelemahan kebalikan dari kekuatan, dimana kelemahan skala 4 menjadi sangat lemah.

- d) Bobot setiap faktor dikalikan dengan peringkat (Rating) untuk menghasilkan skor bobot bagi masing-masing variabel.
- e) Menjumlahkan skor bobot, skor bobot dari semua faktor dijumlahkan untuk mendapatkan skor total. Skor total ini menunjukkan tingkat kekuatan atau kelemahan internal perusahaan: Skor > 2,5 menunjukkan kekuatan internal yang baik. Skor < 2,5 mengindikasikan kelemahan internal yang perlu diperbaiki.

Tabel III. 3 Penilaian Bobot Strategi Internal

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	n	Bobot
A	0					
B		0				
C			0			
D				0		
n					0	
Total						...

Tabel III. 4 Faktor-Faktor Strategi Internal

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Kekuatan			
	Total
2	Kelemahan
	Total	1,0

Sumber : Diadaptasi dari Rangkuti (2006)

2) Matriks EFE

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) adalah alat yang digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi faktor-faktor

eksternal yang memengaruhi strategi organisasi. Matriks ini membantu dalam memahami peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, yang mencakup berbagai aspek seperti ekonomi, sosial, budaya, demografi, politik, teknologi, dan persaingan. Proses pengembangannya terdiri dari lima langkah utama:

- a) Membuat daftar faktor-faktor eksternal utama dengan identifikasi faktor eksternal yang berpengaruh terhadap organisasi, dibagi menjadi dua kategori utama pertama peluang, faktor yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan perusahaan, seperti peningkatan permintaan pasar atau dukungan pemerintah. Kedua, ancaman faktor yang dapat menghambat pertumbuhan, seperti kompetisi yang tinggi atau perubahan kebijakan pemerintah.
- b) Memberi bobot untuk setiap faktor, yaitu bobot dalam matriks EFE ditentukan dengan mengajukan daftar faktor strategis eksternal kepada pihak yang dijadikan sebagai responden, kemudian mereka diminta memberikan skala tingkat kepentingan antara faktor tersebut menggunakan metode '*Paired Comparison*' dan setiap faktor diberikan bobot antara skala 1,2 dan 3. 1 (kurang penting), 2 (sama penting) dan 3 (lebih penting). Total dari bobot semua faktor harus sama dengan 1,0. Bobot ini menunjukkan seberapa

besar pengaruh faktor tersebut terhadap kinerja organisasi.

Bobot dari setiap faktor dihitung dengan membandingkan nilai faktor tersebut terhadap total nilai dari semua faktor, menggunakan rumus berikut:

$$Ai = \sum_{i=1}^{Xi} \frac{Xi}{n}$$

Keterangan:

Ai = Bobot dari faktor ke-i

Xi = Nilai atau skor dari faktor ke-i

i = Indeks faktor, mulai dari 1 hingga n

n = Jumlah total faktor yang dianalisis

- c) Memberikan peringkat (Rating) pada setiap faktor Peringkat diberikan dalam skala 1,2,3, hingga 4, yaitu 1 (Sangat Buruk), 2 (Rata – rata), 3 (Diatas rata – rata) dan 4 (Sangat bagus). Begitu juga dengan ancaman, ancaman kebalikan dari peluang, dimana peluang skala 4 menjadi sangat buruk.
- d) Mengalikan bobot dengan peringkat, dengan bobot setiap faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menghasilkan skor bobot.
- e) Menjumlahkan skor bobot total, yaitu dengan jumlahkan semua skor bobot untuk mendapatkan skor total yang menunjukkan efektivitas organisasi dalam menghadapi faktor eksternal. Skor > 2,5 menunjukkan bahwa perusahaan memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman dengan

baik. Skor < 2,5 mengindikasikan perlunya perbaikan dalam merespons faktor eksternal.¹⁹

Tabel III. 5 Penilaian Bobot Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	n	Bobot
A	0					
B		0				
C			0			
D				0		
n					0	
Total						...

Tabel III. 6 Faktor-Faktor Strategi Eksternal

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Peluang
	Total
2	Ancaman
	Total	1,0

Sumber : Diadaptasi dari Rangkuti (2006)

b. Tahap Pencocokan

1) Matriks IE

Matriks IE (*Internal-External*) adalah alat analisis strategis yang menggabungkan evaluasi internal (matriks IFE) dan eksternal (matriks EFE) untuk menentukan posisi strategis suatu unit bisnis. Berdasarkan pandangan Umar dan Rusdiansyah, matriks IE dibangun dari dua dimensi utama:

- a) Sumbu X total skor IFE (*Internal Factor Evaluation*) 1,0–1,99 menunjukkan kelemahan internal yang signifikan. 2,0–

¹⁹ I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018.

2,99 mengindikasikan posisi internal yang sedang. 3,0–4,0 menandakan kekuatan internal yang tinggi.

- b) Sumbu Y total skor EFE (*External Factor Evaluation*) 1,0–1,99 menggambarkan ancaman eksternal yang tinggi dengan peluang rendah. 2,0–2,99 menunjukkan posisi eksternal sedang. 3,0–4,0 mengindikasikan peluang eksternal yang besar dengan ancaman minim.
- c) Matriks ini membagi unit bisnis menjadi tiga kelompok besar dengan strategi yang disesuaikan berdasarkan posisi strategisnya:
 - (1) *Grow and Build* (Tumbuh dan Membangun), yaitu unit bisnis yang berada pada sel I, II, atau IV berada dalam posisi yang menguntungkan untuk tumbuh dan berkembang. Strategi yang direkomendasikan meliputi dua strategi: pertama, *strategi intensif* yang terdiri dari *market penetration*, *market development*, *product development*. Kedua, *strategi integrative* yang terdiri dari *backward integration*, *forward integration*, *horizontal integration*.
 - (2) *Hold and Maintain* (Mempertahankan dan Memelihara), yaitu unit bisnis pada sel III, V, atau VII berada dalam posisi stabil, dengan daya tarik pasar yang cukup baik, tetapi membutuhkan pengelolaan yang hati-hati. Strategi

yang disarankan mencakup: *Market Penetration*, yaitu memaksimalkan potensi pasar yang ada, *product development*, yaitu menjaga relevansi produk dengan inovasi berkelanjutan.

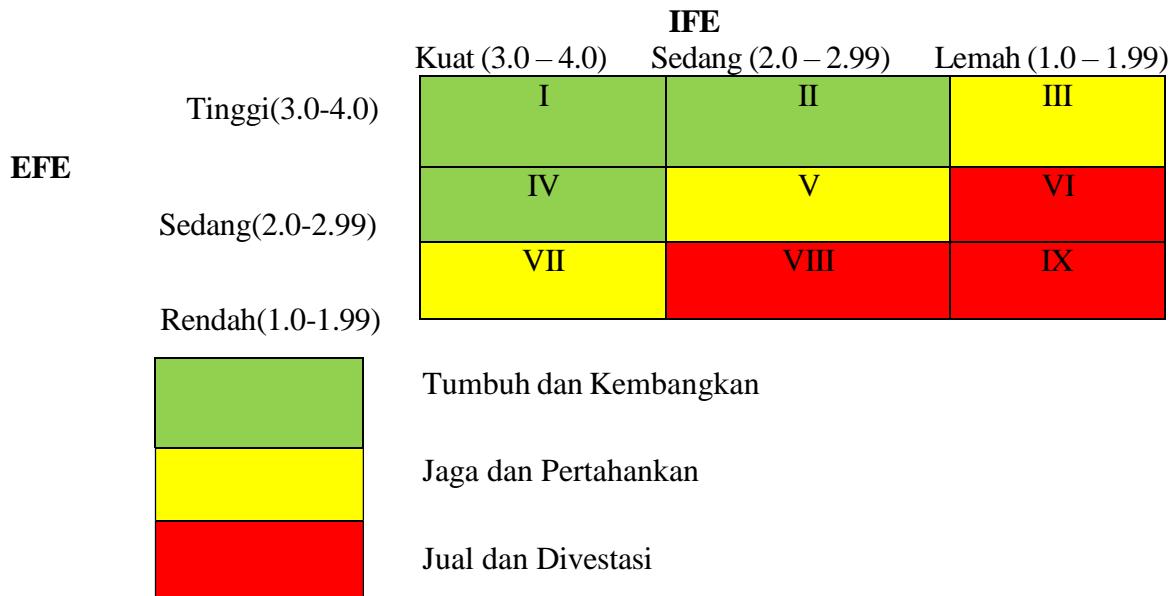
(3) *Harvest or Divest* (Panen atau Melepaskan), yaitu unit bisnis dalam sel VI, VIII, atau IX menghadapi tantangan besar dengan daya tarik pasar rendah dan posisi kompetitif yang lemah. Pilihan strategi yang dapat dilakukan adalah divestasi (*divestation*) artinya menjual unit bisnis yang tidak lagi potensial. Kemudian likuidasi menutup unit bisnis untuk menghindari kerugian lebih besar.²⁰

Tabel III. 7 Matriks Internal – Eksternal (IE)

		TOTAL SKOR IFE		
		Kuat	Rata – rata	Lemah
TOTAL SKOR IFE	4.0	3.0	2.0	1.0
	3.0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	2.0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Liquiditas
	1.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Liquiditas

Sumber:David (2016)

²⁰ Gystian Maulida , Ervina; Djuanda, Hani Fajar Ningrum, ed., *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021).



2) Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang membantu organisasi mengidentifikasi dan mencocokkan elemen internal dan eksternal untuk menghasilkan strategi yang optimal. Matriks ini mencakup empat kelompok alternatif strategi berdasarkan kombinasi antara kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), yaitu strategi *Strengths Opportunities* (SO), *Strengths Threats* (ST), *Weaknesses Opportunities* (WO) dan *Weaknesses Threats* (WT).²¹ Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

²¹ Lailun Nur Aulia and R R Wening Ken Widodasih, “Strategi Pengembangan Usaha Melalui Analisis SWOT Pada Toko Buku ‘ Demak ’ Di Pilar Cikarang Utara,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, no. 2 (2023), hlm. 701–702.

Tabel III. 8 Matriks SWOT

IF AS	Strength (S)	We akness (W)
EF AS	Tentuk an keku at an f aktor intern al	Tentuk an f aktor kelem ah an intern al
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
Tentuk an f aktor pelu ang ekstern al	Ciptakan str ategi y ang menggun ak an keku at an untuk memanf a atk an pelu ang	Cipt ak an str ategi y ang meminim alk an kelem ah an untuk memanf a atk an pelu ang
Thre ats (T)	Strategi ST	Strategi WT
Tentuk an f aktor anc aman ekstern al	Cipt ak an str ategi y ang menggun ak an keku at an untuk mengatasi anc am an	Cipt ak an str ategi y ang meminim alk an kelem ah an dan menghindari anc aman

Sumber : Diadaptasi dari Rangkuti (2006)

Langkah –langkah dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

Pertama, menyusun draf ar peluang dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.

Kedua, menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.

Ketiga, menyusun strategi WO (*We akness-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal.

Keempat, menyusun strategi ST (*Strength-Thre at*) dengan cara mencocokkan kekuatan - kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

Kelim a, menyusun strategi WT dengan cara mencocokkan kelemahan-an kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal al.

Setelah seluruh tahapan analisis SWOT dilakukan, mulai dari identifikasi faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan, hingga faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, serta perumusan strategi SO, WO, ST, dan WT, Kemudian pendekatan ini akan memberikan kerangka analisis yang komprehensif dan sistematis dalam memahami kondisi perusahaan secara menyeluruh. Strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT mampu menjadi alternatif yang relevan dan realistik untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, serta ketahanan terhadap berbagai tantangan.

c. Tahap Keputusan

Tahap keputusan adalah tahap terakhir untuk mengevaluasi alternatif strategi yang telah dirumuskan melalui matriks SWOT. Penilaian terhadap alternatif strategi ini bertujuan untuk menentukan strategi yang paling tepat dan sesuai untuk diterapkan dalam pengembangan usaha budidaya pepaya *california*. Hal ini penting agar bagian manajemen dapat memaksimalkan produktivitas dan kualitas usaha tersebut. Penilaian strategi alternatif dilakukan dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Matriks QSPM membantu para petani untuk menentukan alternatif strategi yang paling efektif dalam pengembangan usaha budidaya pepaya *california*. Penilaian dalam matriks QSPM melibatkan penggunaan dua komponen utama adalah rata-rata rating (RR) dan rata-rata skor daya tarik (AS). Nilai yang dihasilkan dari perhitungan ini akan menghasilkan *Total Attractive Score* (TAS), yang digunakan untuk menilai daya tarik relatif dari masing-masing strategi, dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang ada. Rumus untuk menghitung TAS adalah sebagai berikut:

$$TAS = RR \times AS$$

Keterangan:

RR (Rata-rata Rating) adalah nilai yang diperoleh dari rata-rata rating pada matriks IFAS dan EFAS yang telah dibahas sebelumnya. AS (*Attractive Score*) adalah nilai yang diperoleh berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden, yang mencerminkan daya tarik strategi berdasarkan pandangan mereka. Dengan menghitung nilai TAS, kita dapat mengetahui seberapa besar daya tarik setiap strategi berdasarkan faktor-faktor yang relevan. Strategi yang memiliki nilai TAS tertinggi akan diprioritaskan sebagai pilihan utama, sementara strategi dengan nilai TAS terendah akan menjadi pilihan terakhir. Proses untuk menyusun QSPM adalah sebagai Berikut:

- 1) Membuat daftar kekuatan, kelemahan (internal) dan peluang, ancaman (eksternal) pada kolom kiri dalam QSPM. Data ini diambil langsung dari matriks SWOT.
- 2) Pemberian bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot dituliskan kedalam kolom ini disebelah kanan faktor sukses kunci internal dan eksternal. Penilaian bobot sama dengan penilaian IFE dan EFE, namun dalam QSPM nilai bobot untuk masing – masing faktor internal dan eksternal diambil dari matriks SWOT, kemudian dihitung satu persatu untuk mendapatkan nilai bobot.
- 3) Mengelusasi matriks pada tahap pencocokan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Catat strategi ini pada baris atas dari QSPM.
- 4) Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores- AS*) yaitu angka yang mengidentifikasi daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. AS harus diberikan untuk masing-masing strategi guna mengidentifikasi daya tarik relatif dari satu atau strategi atas strategi lain, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Jangkaan untuk AS adalah (1 = tidak menarik), (2 = agak menarik), (3 = menarik) dan (4 = sangat menarik).
- 5) Menghitung total nilai daya tarik total nilai daya tarik *Total Attractiveness Score a* (TAS) didefinisikan sebagai produk dari

pengalian bobot dengan nilai daya tarik. Semakin tinggi total nilai daya tarik semakin menarik alternatif strategi tersebut.

- 6) Menghitung penjumlahan Total Nilai Daya Tarik (STAS).
Tambahkan TAS ke dalam masing-masing kolom dari QSPM. Penjumlahan STAS mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dengan mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal relevan yang dapat mempengaruhi keputusan strategi.²²

Tabel III. 9 Penilaian Bobot QSPM Strategi Internal/ Eksternal

Faktor Strategi Internal / Eksternal	A	B	C	D	n	Bobot
A	0					
B		0				
C			0			
D				0		
n					0	
Total						...

Tabel III. 10 Hasil Penilaian QSPM

No	IFE - EFE	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1								
2								
3								
Total								

Sumber: Bhandari and Verna (2013)

²² Widiartha and Pasaribu, "Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Qspm (Studi Kasus Pada Ud . Dinamo Gianyar)", *Journal of Indonesia Business Research* 1,no.1 (2023)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Desa Siraisan

Desa Siraisan merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ulu Barumun, Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara. Desa ini memiliki sejarah panjang yang erat kaitannya dengan kehidupan masyarakat agraris yang sejak dulu bergantung pada pertanian dan perkebunan sebagai mata pencaharian utama. Nama Siraisan sendiri dipercaya berasal dari bahasa lokal yang mencerminkan karakter geografis atau sejarah leluhur yang pertama kali mendiami daerah ini. Dahulu, desa ini merupakan bagian dari pemukiman kecil yang tumbuh di sekitar aliran sungai dan kawasan perbukitan subur. Kehidupan masyarakatnya saat itu masih sangat sederhana, dengan pola bertani ladang berpindah dan berburu sebagai cara utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Seiring berjalannya waktu, masyarakat Desa Siraisan mulai menetap dan mengembangkan sistem pertanian yang lebih stabil. Dengan diperkenalkannya sistem irigasi, sawah mulai dikembangkan, dan lahan-lahan yang dulunya hanya digunakan untuk tanaman musiman mulai dijadikan perkebunan tetap, seperti perkebunan karet, kelapa, kopi, dan tanaman lainnya. Di masa lalu, desa Siraisan juga menjadi salah satu pusat kegiatan social dan budaya bagi masyarakat

sekitar. Sistem adat dan gotong royong yang kuat tetap dipertahankan hingga kini, di mana masyarakat saling membantu dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pertanian hingga acara adat dan keagamaan.

Beberapa tahun terakhir, desa ini mengalami perkembangan signifikan. Infrastruktur mulai dibangun, akses jalan diperbaiki, dan mata pencaharian masyarakat semakin beragam. Salah satu perkembangan yang cukup menonjol adalah budidaya pepaya *california*, yang mulai dikembangkan pada tahun 2020 dan menjadi salah satu sektor pertanian yang menjanjikan bagi sebagian warga. Meskipun modernisasi terus berjalan, Desa Siraisan tetap mempertahankan identitasnya sebagai desa yang kaya akan budaya, kearifan lokal, dan nilai-nilai sosial yang kuat. Hal ini menjadikan desa ini sebagai tempat yang unik, di mana tradisi dan perkembangan zaman berjalan beriringan, menciptakan harmoni dalam kehidupan masyarakatnya.¹

2. Letak Geografis Desa Siraisan

Desa Siraisan terletak di Kecamatan Ulu Barumun, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara. Desa ini berada di kawasan yang strategis dengan kondisi alam yang mendukung kehidupan masyarakat yang mayoritas bekerja di sektor pertanian dan perkebunan.

¹ Tongku Baleo Alam Nasution, Bidang Adat Desa Siraisan, *wawancara* (Siraisan, 19 Januari 2025).

Secara administratif, desa Siraisan berbatasan dengan beberapa desa lain di sekitarnya:

- a. Sebelah Timur: Desa Tanjung dan Desa Sibualbu ali
- b. Sebelah Selatan: Kecamatan Siabu, Kabupaten Mandailing Natal
- c. Sebelah Barat: Desa Pagar anbir a Jae
- d. Sebelah Utara: Desa Sibualbu ali dan Desa Pagar anbir a Jae

Wilayah desa Siraisan didominasi oleh lahan pertanian dan perkebunan. Desa ini memiliki luas pemukiman sekitar 19.620 m², dengan 105 hektar sawah irigasi yang menjadi sumber utama pertanian padi. Selain itu, terdapat 360.000 m² lahan perkebunan rakyat yang dimanfaatkan untuk menanam karet, kelapa, kopi, dan tanaman lainnya.

Desa Siraisan memiliki kontur tanah yang relatif datar hingga berbukit, menjadikannya cocok untuk berbagai jenis pertanian. Iklim di desa ini termasuk dalam kategori tropis dengan curah hujan yang cukup tinggi, sehingga mendukung pertumbuhan tanaman. Sumber air yang melimpah dari sungai dan irigasi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pertanian di desa ini.

Akses menuju Desa Siraisan sudah cukup baik, meskipun beberapa jalan desa masih perlu perbaikan agar lebih mudah dilalui, terutama saat musim hujan. Transportasi utama yang digunakan oleh masyarakat adalah kendaraan roda dua dan roda empat, serta angkutan pedesaan untuk membawa hasil pertanian ke pasar. Dengan kondisi geografis yang mendukung, Desa Siraisan memiliki potensi besar untuk

dikembangkan lebih lanjut, terutama dalam sektor pertanian dan perkebunan. Jika didukung dengan infrastruktur yang lebih baik dan inovasi dalam pengolahan hasil pertanian, desa ini dapat menjadi salah satu pusat produksi pertanian yang lebih maju di Kabupaten Padang Lawas.²

3. Visi Dan Misi Desa Siraisan

a. Visi

Menjadikan desa Siraisan sebagai desa yang maju, mandiri, dan sejahtera melalui penguatan sektor pertanian, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pelestarian nilai budaya dan agama.

b. Misi

- 1) Memaksimalkan kinerja perangkat desa sesuai dengan tugas dan fungsinya guna mewujudkan pelayanan yang optimal bagi masyarakat.
- 2) Meningkatkan infrastruktur desa untuk mendukung kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat.
- 3) Meningkatkan kesejahteraan petani melalui modernisasi pertanian dan pengelolaan hasil panen yang lebih baik.
- 4) Mendorong peningkatan pendidikan dan keterampilan masyarakat.
- 5) Memperkuat nilai-nilai gotong royong dan kebersamaan dalam kehidupan bermasyarakat

² Akhyarun Batubara, Administrasi Daerah, *wawancara* (Siraisan, 19 Januari 2025).

4. Keadaan Masyarakat Desa Siraisan

Masyarakat Desa Siraisan hidup dalam lingkungan yang masih kental dengan nilai-nilai kekeluargaan dan gotong royong. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dan pekebun, menjadikan sektor pertanian sebagai tulang punggung ekonomi desa. Dengan jumlah penduduk sekitar 2.084 jiwa, yang terdiri dari 1.018 laki-laki dan 1.066 perempuan, desa ini dihuni oleh masyarakat yang masih menjaga tradisi dan adat istiadat setempat.

a. Kehidupan Bermasyarakat

Masyarakat desa Siraisan memiliki hubungan sosial yang erat. Gotong royong masih menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam pembangunan infrastruktur desa, kegiatan keagamaan, maupun acara adat. Kehidupan bertetangga di desa ini juga masih sangat harmonis, dimana warga saling membantu dalam berbagai aspek kehidupan, seperti bercocok tanam, hingga penyelenggaraan acara adat dan keagamaan. Masyarakat di desa ini memiliki ikatan kuat dengan ajaran agama. Kegiatan keagamaan seperti pengajian, peringatan hari besar Islam, dan pengelolaan zakat fitrah rutin dilakukan sebagai bentuk kepedulian sosial dan spiritual.

b. Tingkat Pendidikan dan Kesehatan

Dibidang pendidikan, masyarakat desa Siraisan memiliki akses ke beberapa fasilitas pendidikan dasar, namun masih terdapat keterbatasan dalam hal fasilitas dan tenaga pengajar untuk jenjang

yang lebih tinggi. Sehingga, banyak anak muda yang harus pergi ke desa atau kota lain untuk melanjutkan pendidikan mereka ke jenjang yang lebih tinggi. Dalam aspek kesehatan, desa ini memiliki akses kelayanan kesehatan dasar seperti puskesmas dan tenaga medis, tetapi fasilitas kesehatan yang lebih lengkap masih harus dijangkau ke wilayah yang lebih besar. Masyarakat masih mengandalkan pengobatan tradisional untuk beberapa jenis penyakit ringan, meskipun kesadaran akan pentingnya layanan kesehatan moderen mulai meningkat.

c. Mata Pencaharian dan Ekonomi Masyarakat

Sebagian besar masyarakat desa Siraisan bekerja di sektor pertanian dan perkebunan. 105 hektar sawah irigasi menjadi sumber utama pertanian padi, sementara 360.000 m² perkebunan rakyat dimanfaatkan untuk menanam karet, kelapa, kopi, serta beberapa tanaman hortikultura lainnya. Selain bertani, beberapa warga juga menjalankan usaha kecil seperti berdagang, membuka warung, dan bekerja di sektor jasa. Dalam beberapa tahun terakhir, budidaya pepaya *california* mulai dikembangkan oleh sebagian petani sebagai upaya diversifikasi ekonomi. Namun, tantangan seperti hama tanaman, fluktuasi harga komoditas, dan keterbatasan akses pasar masih menjadi kendala yang perlu diatasi.

d. Tantangan dan Potensi Pengembangan Desa

Meskipun kehidupan di desa Siraisan berjalan dengan baik, masih ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi, seperti:

- 1) Keterbatasan infrastruktur, terutama jalan dan akses transportasi dititik tertentu yang masih perlu diperbaiki agar hasil pertanian lebih mudah dipasarkan.
- 2) Kurangnya akses terhadap pendidikan lanjutan, sehingga banyak anak muda yang harus merantau ke daerah lain untuk melanjutkan sekolah atau mencari pekerjaan.
- 3) Ketergantungan pada sektor pertanian, yang membuat ekonomi desa rentan terhadap perubahan harga komoditas dan kondisi cuaca.³

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California Di Desa Siraisan

Desa Siraisan merupakan salah satu wilayah yang memiliki tanah yang subur dan kondisi alam yang mendukung untuk kegiatan pertanian dan perkebunan. Banyak masyarakat yang memanfaatkan tanah ini. Dimana sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya dari hasil bertani dan berkebun. Dilihat dari tabel mata pencaharian masyarakat yang diperoleh dari hasil wawancara dengan administrasi daerah.

³ Sangkot Hasibuan, Bapak Kepala Desa Siraisan, *wawancara* (Siraisan, 19 januari 2025).

Tabel IV. 1 Mata Pencaharian

NO	MATA PENCARIAN	JUMLAH (Orang)
1	Petani / Pekebun	1.938
2	Wirasuasta	64
3	PNS	24
4	Buruh	58

Sumber: Administrasi Daerah

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat setempat menggantungkan mata pencahariannya pada sektor pertanian dan perkebunan. Salah satu yang dibudidayakan adalah pepaya *california*, dengan jumlah petani delapan orang dan setiap petani memiliki keunggulan dan tantangan tersendiri dalam mengelola usaha budidaya pepaya tersebut, yang berarti memiliki berbagai strategi dan pengalaman masing-masing petani. Hal ini sejalan dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara yang ada dilapangan.

**Tabel IV. 2 Luas Tanah Dan Pendapatan Pepaya *California* Yang Ada Di Desa Siraisan Kec. Ulu barumun Kab. Padang Lawas
Tahun 2021 -2023**

No	Nama	Luas Lahan(Ha)	Hasil Panen / Tahun (Ton)		
			2021	2022	2023
1.	Fadli Hasibuan	0,29	10,40	18,40	20,80
2.	Nurlan Nasution	0,50	-	26,00	18,20
3.	Kandar Muda Nasution	0,50	-	31,20	35,30
4.	Ahyarun Batubara	0,50	-	33,80	36,40
5.	Nong Batubara	0,50	-	35,00	40,30
6.	Eri Anto Hasibuan	1,00	-	48,10	33,40
7.	Hasnawi Hasibuan	0,42	-	23,40	10,40
8.	Bur Hanuddin Hasibuan	0,29	-	13,00	9,36
Total		4,00	10,40	228,90	204,16

Sumber: Hasil Observasi

Berdasarkan tabel yang ada diatas, terdapat lima orang petani yang berhasil memperoleh hasil panen pepaya *california* yang cukup memuaskan dan cenderung meningkat setiap tahunnya. Peningkatan produksi ini berdampak pada turunnya harga jual karena pasokan yang melimpah melebihi permintaan pasar, namun, ada tiga petani yang mengalami kegagalan panen akibat berbagai faktor, seperti cuaca yang tidak menentu, serangan hama, atau kesalahan dalam teknik budidaya. Akibatnya, hasil panen mereka menurun secara signifikan dan berpengaruh pada pendapatan mereka.

Untuk mengatasi tantangan tersebut serta mendorong peningkatan produktivitas dan keberlanjutan usaha, para petani perlu menerapkan strategi pengembangan usaha yang tepat. Strategi ini merupakan seperangkat langkah atau perencanaan sistematis yang bertujuan untuk memperluas, memajukan, dan meningkatkan efisiensi serta profitabilitas usaha budidaya. Dalam pelaksanaannya, strategi pengembangan ini dapat diformulasikan melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk merancang model usaha secara komprehensif, analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) guna menentukan prioritas strategi yang paling efektif berdasarkan data yang objektif.

C. Pengelolaan dan Analisis Data

1. Identifikasi *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah alat yang sangat berguna dalam merancang dan memahami bagaimana bisnis dijalankan. BMC membantu menggambarkan secara menyeluruh bagaimana sebuah usaha menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai bagi pelanggannya. Dalam konteks penelitian ini, BMC dimanfaatkan sebagai kerangka kerja untuk mengeksplorasi dan menganalisis potensi serta tantangan yang dihadapi oleh usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi komponen-komponen utama yang membentuk fondasi bisnis. Secara keseluruhan, BMC terdiri dari sembilan elemen yang saling berkaitan dan menjadi dasar dalam menyusun strategi bisnis yang berkelanjutan. Setiap elemen ini dianalisis berdasarkan data lapangan yang dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara dengan petani pepaya sebanyak delapan petani, satu distributor buah, serta wawancara dengan satu orang dari pihak dinas Koperasi Padang Lawas dan kepala desa Siraisan. Sehingga peneliti dapat menggambarkan *business model canvas* usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan. Berikut ini adalah hasil identifikasi dan pemetaan sembilan elemen utama dalam BMC berdasarkan kondisi yang ada di lapangan.

Tabel IV. 3 Struktur *Business Model Canvas* (BMC)

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Distributor buah lokal 2. Pemerintah desa, dinas koperasi. 3. Kerja sama antara petani 4. Industri pengolahan buah	1. Penanaman dan perawatan pepaya 2. Panen dan pengelolaan hasil 3. Pemasaran dan distribusi 4. Penanggulangan hama dan penyakit	1. Pepaya <i>california</i> berkualitas tinggi (Manis, berdaging tebal, sedikit biji) 2. Hasil panen memiliki kualitas buah yang segar 3. Potensi diversifikasi produk olahan (Manisan, dodol, kripik)	1. Transaksi langsung dengan pedagang pengecer atau pembeli. 2. Distributor buah tetap dan sudah langganan 3. Pendekatan berbasis digital	1. Konsumen lokal disekitar desa dan disekitar Padang Lawas atau di wilayah tertentu. 2. Pedagang atau pembeli buah dipasar 3. Produsen makanan olahan pepaya seperti dodol dan manisan (Potensial)
<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>		
1. Modal sendiri tanpa ada pihak lain 2. Lahan pertanian subur di desa Siraisan 3. Tenaga kerja petani lokal 4. Bibit unggul pepaya IPB 9		1. Penjualan langsung ke pasar tradisional 2. Penjualan ke distributor lokal 3. Potensi penjualan <i>online</i> 4. Industri olahan makanan		

Cost Structure	Revenue Streams
<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya pembelian bibit dan pupuk 2. Biaya perawatan dan pengendalian hama 3. Biaya distribusi dan transportasi ke pasar 4. Potensi subsidi pertanian, pinjaman KSP untuk petani 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan buah pepaya segar harga normal Rp7.000/kg. 2. Penjualan buah pepaya segar harga panen raya RP 3.000/kg 3. Penjualan buah pepaya mentah Rp1.500. 4. Produk olahan pepaya (dodol, manisan, selai, dsb.)

Sumber: Diolah

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa sembilan komponen utama dalam *Business Model Canvas* (BMC) telah diidentifikasi dan dianalisis berdasarkan hasil wawancara langsung dengan para petani pepaya *california* di desa Siraisan sebanyak delapan petani, satu distributor buah dan satu orang dari dinas Koperasi Padang Lawas. Setiap informasi yang diperoleh dari wawancara tersebut dikelompokkan kedalam masing-masing elemen BMC, mulai dari *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure*. Proses ini dilakukan dengan menyesuaikan hasil temuan di lapangan agar sesuai dengan kerangka BMC, sehingga dapat memberikan gambaran yang sesuai mengenai bagaimana model bisnis budidaya pepaya *california* dijalankan secara nyata oleh para petani pepaya.

2. Analisis SWOT - *Business Model Canva*

Tahapan selanjutnya proses analisis model bisnis budidaya pepaya *california* di desa Siraisan adalah melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap sembilan elemen utama dalam *Business Model*

Canvas (BMC), yang mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, dan struktur biaya. Evaluasi ini dikombinasikan dengan pendekatan SWOT guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang melekat pada masing-masing elemen, sehingga dapat memahami secara mendalam kondisi usaha budidaya di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap delapan petani pepaya di desa Siraisan, ditemukan adanya variasi dalam produktivitas, kemampuan pemasaran, serta pengelolaan risiko, seperti serangan hama, kondisi tanah basah, dan ancaman dari hewan liar seperti monyet.

Melalui integrasi SWOT dalam kerangka BMC, sebagaimana dianjurkan oleh Osterwalder dan Pigneur, pendekatan ini menjadi sarana yang efektif untuk mengurai kompleksitas model bisnis sekaligus membuka peluang pembaruan strategi usaha secara kreatif dan kontekstual. Analisis ini tidak hanya memberikan gambaran objektif terhadap kondisi internal dan eksternal, namun juga menjadi dasar dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Seluruh hasil evaluasi SWOT terhadap elemen-elemen BMC kemudian disusun secara sistematis ke dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel IV. 4 Analisis SWOT - BMC

No	Elemen	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
1	<i>Customer Segments</i>	Konsumen lokal.	Segmen pasar masih terbatas di wilayah tertentu.	Produsen makanan olahan pepaya	Pedagang pengecer atau pembeli buat dipasar
2	<i>Value Proposition</i>	1. Pepaya <i>california</i> berkualitas tinggi (Manis, berdaging tebal, sedikit biji) 2. Hasil panen memiliki kualitas buah yang segar		Potensi diversifikasi produk olahan (Manisan, dodol, kripik,)	
3	<i>Channels</i>	Penjualan ke distributor lokal		1. Potensi penjualan online 2. Industri olahan makanan	Penjualan langsung ke pasar tradisional
4	<i>Customer Relationships</i>	Distributor buah tetap dan sudah langganan	Transaksi langsung dengan pedagang pengecer atau pembeli.	Pendekatan berbasis digital	
5	<i>Revenue Streams</i>	Penjualan buah pepaya segar harga normal Rp7.000/kg.	Penjualan buah pepaya mentah Rp 1.500/kg	Potensi tambahan dari produk olahan pepaya (Dodol, manisan, selai)	Penjualan buah pepaya segar harga panen raya RP 3.000/kg
6	<i>Key Resources</i>	1. Lahan subur 2. Tenaga kerja lokal	Modal sendiri tanpa ada pihak lain		

		3. Bibit unggul (IPB 9)			
7	<i>Key Activities</i>			1. Panen dan pengelolaan hasil 2. Pemasaran dan distribusi	Penanggulangan hama dan penyakit
8	<i>Key Partenesh ip</i>	Distributor buah lokal		Pemerintah desa, dinas koperasi Industri pengolahan buah	Kerja sama antar petani.
9	<i>Cost Structure</i>	Biaya pembelian bibit dan pupuk	Biaya perawatan dan pengendalian hama	Potensi subsidi pertanian, pinjaman KSP untuk petani	Biaya distribusi dan transportasi ke pasar

Sumber: Diolah

Tabel di atas merupakan gabungan dari analisis SWOT dan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) yang memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi usaha budidaya pepaya *californica* di Desa Siraisan. Melalui analisis ini, terlihat berbagai kelebihan, peluang, dan ancaman yang dihadapi para petani. Dari sisi pelanggan, kelebihannya terletak pada adanya konsumen lokal yang sudah terbentuk, namun jangkauan pasar masih terbatas. Peluang dapat diraih dengan memperluas kerjasama bersama produsen makanan olahan dan pedagang pasar melalui strategi pemasaran yang lebih luas. Produk pepaya yang dihasilkan memiliki kualitas unggul, seperti rasa manis, daging tebal, dan biji yang sedikit, serta berpotensi dikembangkan

menjadi produk olahan seperti dodol, manisan, dan keripik. Saat ini, distribusi dilakukan melalui pasar tradisional dan distributor lokal, namun masih terbuka peluang penjualan secara *online* dan kolaborasi dengan industri pengolahan makanan. Hubungan dengan pelanggan sudah dibangun melalui distributor tetap dan transaksi langsung, tetapi belum memanfaatkan media *digital*, sehingga ini menjadi peluang untuk memperluas jaringan pasar.

Dari segi pendapatan, usaha ini menghasilkan pemasukan dari penjualan buah segar dan mentah, serta produk olahan walaupun belum ada, hal tersebut menjadi peluang baru untuk meningkatkan nilai ekonomi. Sumber daya utama yang dimiliki seperti lahan subur, bibit unggul IPB 9, dan tenaga kerja lokal merupakan aset penting, walaupun pembiayaan masih berasal dari modal sendiri. Kegiatan utama yang mendukung jalannya usaha mencakup penanaman, panen, perawatan, pengendalian hama, dan lain - lain. Struktur biaya meliputi pembelian bibit, pupuk, biaya perawatan, dan pengendalian hama. Jika tanaman terserang hama, biaya penanganannya bisa menjadi beban besar bagi petani, dan hal ini merupakan kelemahan sekaligus ancaman. Meskipun begitu, tantangan ini masih dapat diatasi melalui pemanfaatan subsidi pertanian atau pinjaman dari koperasi simpan pinjam (KSP), yang bisa menjadi solusi sekaligus peluang untuk menjaga keberlanjutan usaha.

3. Perumusan Strategi

Setelah melakukan identifikasi BMC dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT, untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, kemudian peneliti akan merumuskan strategi yang akan digunakan para petani, sehingga para petani mengetahui strategi yang tepat untuk usaha budidaya pepaya *california*, maka peneliti menggunakan tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

a. Tahap Pemasukan

1) Matriks IFE

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menilai kekuatan serta kelemahan dalam usaha. Dalam budidaya pepaya *california* di desa Siraisan, matriks ini membantu pelaku usaha memahami kondisi internal mereka dengan lebih jelas. Dalam tabel matriks IFE ada bobot, rating dan skor. Bobot diperoleh dari hasil penilaian strategi atau matriks berpasangan berganda yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden. Nilai rating diperoleh dari jumlah responden dengan nilai keseluruhan. Kemudian skor dipeloreh dari nilai bobot dikali nilai rating.

Melalui faktor-faktor yang ada di analisis BMC-SWOT, peneliti akan memasukan kedalam table IFE untuk mengetahui seberapa besar faktor internal usaha budidaya

pepaya *california*. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, usaha dapat menyusun langkah-langkah yang tepat untuk memperbaiki kelemahan dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Berikut tabel faktor strategi internal:

Tabel IV. 5 Penilaian Bobot Strategi Internal

Faktor Strategi Internal	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	Bobot
S1	0.13	0.10	0.11	0.12	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
S2	0.15	0.12	0.13	0.15	0.15	0.16	0.16	0.16	0.15
S3	0.14	0.17	0.16	0.17	0.17	0.17	0.15	0.13	0.16
S4	0.10	0.11	0.13	0.11	0.12	0.11	0.11	0.10	0.11
S5	0.10	0.11	0.09	0.10	0.08	0.08	0.07	0.09	0.09
W1	0.10	0.09	0.09	0.09	0.09	0.08	0.09	0.08	0.09
W2	0.10	0.08	0.08	0.07	0.09	0.07	0.09	0.09	0.08
W3	0.07	0.09	0.09	0.07	0.07	0.07	0.07	0.08	0.08
W4	0.06	0.08	0.06	0.06	0.05	0.07	0.06	0.05	0.06
W5	0.06	0.06	0.04	0.06	0.05	0.05	0.06	0.06	0.06
Total									1.00

Sumber: Diolah

Tabel IV. 6 Faktor-Faktor Strategi Internal

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Kekuatan			
	Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	0.13	2	0.26
	Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal, sedikit biji dan lain – lain)	0.15	3	0.45
	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	0.16	4	0.64
	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	0.11	3	0.33
	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	0.09	2	0.18
2	Kelemahan			
	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	0.09	2	0.18
	Penjualan harga pepaya mentah	0.08	3	0.24
	Modal dari dana pribadi	0.08	2	0.16
	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	0.06	3	0.18
	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	0.06	2	0.12
	Total	1.00		2.74

Sumber: Diolah

Berdasarkan tabel diatas, matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan menunjukkan posisi internal yang cukup kuat dengan total skor 2,74. Kekuatan utama usaha ini terletak pada faktor agronomis seperti lahan yang subur dan penggunaan bibit unggul IPB 9 (skor 0,64), diikuti oleh hasil panen yang berkualitas (skor 0,45) serta jaringan distribusi dan konsumen lokal yang tetap (skor 0,26). Sedangkan, kelemahan seperti keterbatasan pasar, ketergantungan pada dana pribadi, dan biaya perawatan yang tinggi memiliki pengaruh yang relatif lebih kecil.

2) Matriks EFE

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk mengukur kemampuan usaha budidaya pepaya *california* di Desa Siraisan dalam menghadapi berbagai faktor dari luar. Matriks ini membantu melihat peluang yang bisa mendukung perkembangan usaha, seperti meningkatnya permintaan pasar atau adanya program bantuan pemerintah. Dalam tabel matriks EFE ada bobot, rating dan skor. Bobot diperoleh dari hasil penilaian strategi atau matriks berpasangan berganda yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden. Nilai rating diperoleh dari jumlah responden dengan nilai keseluruhan. Kemudian skor dipeloreh dari nilai

bobot dikali nilai rating. Untuk mengetahui seberapa besar faktor strategi eksternal, ada pada tabel faktor strategi internal dibawah ini:

Tabel IV. 7 Penilaian Bobot Strategi Eksternal

Faktor Strategi Internal	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	Bobot
O1	0.21	0.20	0.20	0.19	0.20	0.20	0.19	0.19	0.20
O2	0.11	0.11	0.13	0.16	0.13	0.13	0.12	0.13	0.13
O3	0.12	0.14	0.10	0.12	0.12	0.15	0.11	0.12	0.12
O4	0.08	0.10	0.13	0.11	0.10	0.11	0.11	0.10	0.10
O5	0.12	0.10	0.09	0.11	0.11	0.09	0.10	0.12	0.10
T1	0.09	0.08	0.08	0.07	0.08	0.09	0.10	0.08	0.08
T2	0.08	0.07	0.08	0.08	0.08	0.07	0.08	0.08	0.08
T3	0.08	0.08	0.08	0.06	0.07	0.07	0.07	0.06	0.07
T4	0.07	0.06	0.07	0.06	0.06	0.06	0.05	0.06	0.06
T5	0.05	0.05	0.05	0.05	0.06	0.04	0.05	0.05	0.05
Total									1.00

Sumber: Diolah

Tabel IV. 8 Faktor-Faktor Strategi Eksternal

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Peluang			
	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	0.20	4	0.80
	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	0.13	2	0.26
	Potensi penjualan online dan dukungan digital	0.12	3	0.36
	Pemasaran dan distribusi	0.10	2	0.20
	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	0.10	3	0.30
2	Ancaman			
	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	0.08	3	0.24
	Penjualan harga pepaya panen raya	0.08	2	0.16
	Kerja sama antar petani.	0.07	3	0.21
	Penanggulangan hama dan penyakit	0.06	3	0.18
	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	0.05	2	0.10
	Total	1.00		2.81

Sumber: Diolah

Table diatas menjelaskan, bahwa *matriks External Factor Evaluation* (EFE), usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan berada dalam posisi eksternal yang cukup menguntungkan dengan total skor 2,81. Peluang terbesar terletak pada potensi pengembangan produk olahan seperti dodol, manisan, kripik, dan selai dengan skor tertinggi 0,80, diikuti oleh dukungan digital dan peluang penjualan *online* (skor 0,36) serta kerja sama dengan pemerintah dan dinas terkait (skor 0,30). Sedangkan, ancaman eksternal seperti tingginya biaya distribusi, harga jual saat panen raya, dan persaingan di pasar hanya memberikan dampak yang relatif kecil terhadap keseluruhan strategi.

b. Tahap Pencocokan

1) Matriks IE

Matriks *Internal–External* (IE) merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk memetakan posisi strategis usaha berdasarkan dua dimensi utama, yaitu total skor dari Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Dalam penelitian ini, skor total dari analisis IFE (Internal) adalah 2,74, dan dari EFE (Eksternal) adalah 2,81. Untuk mengetahui matriks IFE dan EFE ada pada kuadran keberapa, maka ada pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 9 Matriks Internal – Eksternal (IE)

		TOTAL SKOR IFE		
		Kuat	Rata – rata	Lemah
TOTAL SKOR EFE	4.0	3.0	2.0	1.0
	Tinggi	I	II	III
	Menengah	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX



Tumbuh dan Kembangkan

Jaga dan Pertahankan

Jual dan Divestasi

Matriks ini menggabungkan hasil analisis dari Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Berdasarkan hasil penelitian, skor total dari analisis faktor internal (IFE) adalah sebesar 2,74 sementara skor total dari analisis faktor eksternal (EFE) adalah sebesar 2,81. Nilai-nilai ini menempatkan posisi usaha pada kuadran V dalam Matriks IE, yaitu pada area yang menunjukkan kekuatan internal dan eksternal yang berada dalam kategori sedang (range skor 2,0–2,99 untuk masing-masing dimensi).

Posisi pada kuadran V menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk usaha ini adalah strategi *Hold and Maintain*, yang berarti jaga dan pertahankan keberlangsungan usaha.

Strategi ini sangat relevan karena menunjukkan bahwa meskipun usaha budidaya pepaya *california* memiliki konsumen lokal tetap atau langganan, serta memiliki kekuatan internal yang cukup, namun belum cukup kuat untuk langsung melakukan ekspansi besar-besaran. Untuk itu langkah strategis yang disarankan meliputi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan dengan memperluas saluran distribusi, menjalin kerja sama dengan lebih banyak mitra seperti pedagang dan pelaku usaha industri olahan buah, serta meningkatkan promosi secara langsung ke konsumen dan pemasaran digital. Sementara itu, strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan menciptakan nilai tambah melalui inovasi produk turunan dari pepaya *california*, seperti manisan, dodol, selai, dan keripik pepaya, yang tidak hanya menambah variasi produk tetapi juga meningkatkan nilai jual.

2) Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun strategi dengan melihat kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi sebuah usaha. Dalam konteks pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan, matriks ini digunakan untuk memahami kondisi internal dan eksternal usaha guna merumuskan strategi yang paling tepat. Hasil

an alisis SWOT menghasilkan empat jenis strategi: SO (memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang), ST (menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman), WO (meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang), dan WT (mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman).

Melalui analisis SWOT, peneliti akan menyusun daftar internal dan eksternal usaha. Selanjutnya membagikan kuesioner analisis SWOT kepada responden, yaitu petani delapan orang, petani akan memilih dan memberikan alasan terhadap strategi yang dipilih. Selanjutnya peneliti akan menggabungkan hasil wawancara masing – masing, sehingga mendapatkan hasil strategi SO, WO, ST, dan WT. Berikut adalah tabel matriks SWOT, ada pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 10 Matriks SWOT

IFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
EFAS	<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan. Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (Manis, daging tebal, sedikit biji dan lain – lain) Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9 Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal Biaya pembelian bibit dan pupuk murah 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Pasar masih terbatas di wilayah tertentu Penjualan harga pepaya mentah Modal dari dana pribadi Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli

Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1. Pengembangan produk olahan pepaya (Dodol, manisan, kripik, selai)</p> <p>2. Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.</p> <p>3. Potensi penjualan <i>online</i> dan dukungan digital</p> <p>4. Pemasaran dan distribusi</p> <p>5. Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah</p>	<p>(S1,O1)</p> <p>1. Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (Dodol, manisan, kripik, selai). (S2,O2)</p> <p>2. Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya <i>california</i> yang meningkat. (S3,O3)</p> <p>3. Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring. (S4,O4)</p> <p>4. Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri. (S5,O5)</p> <p>5. Memanfaatkan biaya input yang rendah untuk memperluas distribusi produk olahan pepaya.</p>	<p>(W1,O1)</p> <p>1. Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu. (W2,O2)</p> <p>2. Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual. (W3,O3)</p> <p>3. Mencari pendanaan alternatif dengan promosi <i>online</i> dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi. (W4,O4)</p> <p>4. Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi. (W5,O5)</p> <p>5. Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Biaya distribusi dan transportasi tinggi</p> <p>2. Penjualan harga pepaya panen raya</p> <p>3. Kerja sama antar petani.</p> <p>4. Penanggulangan hama dan penyakit</p> <p>5. Persaingan dengan pedagang pengecer</p>	<p>(S1,T1)</p> <p>1. Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada. (S2,T2)</p> <p>2. Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim</p>	<p>(W1,T1)</p> <p>1. Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas. (W2,T2)</p> <p>2. Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan</p>

<p>atau pembeli langsung dipasar.</p>	<p>panen raya. (S3,T3)</p> <p>3. Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain. (S4,T4)</p> <p>4. Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit. (S5,T5)</p> <p>5. Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.</p>	<p>strategi pengolahan produk. (W3,T3)</p> <p>3. Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani. (W4,T4)</p> <p>4. Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas. (W5,T5)</p> <p>5. Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tarik terhadap pengecer.</p>
---------------------------------------	--	--

Sumber: Diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa matriks SWOT merupakan alat strategis yang sangat berguna dalam merumuskan arah pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan. Matriks ini secara sistematis mengintegrasikan faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, yang selanjutnya dipetakan ke dalam empat kelompok strategi utama: SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-Threat*), dan WT (*Weakness-Threat*). Dari hasil wawancara dengan delapan petani, mayoritas memilih strategi S1-O1, yaitu memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya seperti dodol, manisan, dan keripik. Hal ini menunjukkan bahwa para petani mulai menyadari pentingnya inovasi dan diversifikasi

produk sebagai langkah untuk meningkatkan nilai tambah sekaligus memperkuat daya saing di pasar lokal.

Selain strategi S1-O1 yang menjadi pilihan utama, petani juga melihat potensi pada strategi lainnya seperti S2-O2 yang berfokus pada penyediaan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Strategi S3-O3, yang memanfaatkan lahan subur dan bibit unggul untuk menjangkau pasar digital, juga menjadi opsi yang tidak kalah penting. Strategi WO hadir sebagai solusi atas keterbatasan pasar dan modal, seperti dengan mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah atau mencari pendanaan melalui media digital. Sementara itu, strategi ST dan WT lebih diarahkan untuk menghadapi tantangan seperti biaya distribusi yang tinggi, fluktuasi harga saat panen raya, serta serangan hama. Misalnya, strategi W4-T4 mendorong pembangunan sistem pertanian terpadu berbasis komunitas sebagai solusi efisiensi biaya perawatan dan pengendalian hama secara kolektif. Dengan mempertimbangkan seluruh alternatif strategi tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi S1-O1 merupakan strategi yang paling tepat dan realistik untuk diterapkan saat ini untuk para petani. Selain didukung kekuatan internal seperti kualitas hasil panen dan jaringan pasar lokal yang telah terbentuk, strategi ini juga menjawab peluang besar yang ada, yaitu meningkatnya minat konsumen terhadap

produk olahan lokal. Strategi ini memberikan dampak positif, tidak hanya dalam meningkatkan nilai jual, tetapi juga dalam mengurangi ketergantungan terhadap penjualan buah segar di musim panen raya. Melalui pengembangan produk olahan, para petani berpeluang memperluas pasar, memperpanjang masa simpan hasil panen, dan menciptakan inovasi yang bernilai ekonomi tinggi. Sehingga, strategi S1-O1 menjadi dasar yang kuat untuk membangun usaha tani yang berkelanjutan.

c. Tahap Keputusan

Pengelolaan data QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan sistematis dan kuantitatif untuk menentukan strategi terbaik dalam pengembangan usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan. Tahapan QSPM melalui masing-masing faktor tersebut diberi bobot sesuai tingkat pengaruhnya terhadap keberhasilan strategi, selanjutnya dinilai dengan skor daya tarik *Attractiveness Score* (AS) pada setiap strategi alternatif menggunakan skala 1 hingga 4. Skor ini menunjukkan seberapa menarik setiap strategi dalam merespons faktor tertentu, lalu dikalikan dengan bobot untuk menghasilkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS). Hasil perhitungan TAS dari seluruh faktor dijumlahkan menjadi STAS (*Sum of Total Attractiveness Score*), yang menunjukkan urutan prioritas strategi berdasarkan daya tarik totalnya. Strategi dengan

nilai STAS tertinggi menjadi rekomendasi utama karena dinilai paling potensial dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani. Melalui penilaian hasil QSPM tertinggi, strategi pengembangan usaha budidaya pepaya California di desa Siraisan dapat diketahui untuk keputusan yang lebih optimal, berikut tabel penilaian bobot dan penilaian QSPM:

Tabel IV. 11 Penilaian Bobot QSPM Strategi Internal / Eksternal

Faktor Strategi Internal / Eksternal	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	Bobot
Internal									
S1O1	0.23	0.22	0.21	0.22	0.21	0.19	0.22	0.23	0.22
S2O2	0.14	0.14	0.15	0.14	0.14	0.15	0.14	0.14	0.14
S3O3	0.11	0.13	0.10	0.13	0.13	0.13	0.11	0.13	0.12
S4O4	0.12	0.10	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12	0.10	0.11
S5O5	0.06	0.09	0.10	0.09	0.10	0.09	0.08	0.09	0.09
W1O1	0.08	0.08	0.07	0.07	0.07	0.09	0.10	0.09	0.08
W2O2	0.08	0.07	0.08	0.06	0.07	0.07	0.08	0.07	0.07
W3O3	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.05	0.06	0.06	0.07
W4O4	0.06	0.04	0.06	0.05	0.06	0.06	0.05	0.05	0.05
W5O5	0.04	0.05	0.04	0.04	0.05	0.05	0.03	0.05	0.04
Total									1.00
Eksternal									
S1T1	0.16	0.13	0.14	0.14	0.14	0.14	0.16	0.14	0.14
S2T2	0.13	0.14	0.14	0.15	0.13	0.14	0.12	0.15	0.14
S3T3	0.12	0.13	0.14	0.10	0.12	0.14	0.12	0.11	0.12
S4T4	0.12	0.14	0.13	0.14	0.12	0.15	0.12	0.13	0.13
S5T5	0.11	0.11	0.11	0.13	0.12	0.12	0.13	0.13	0.12
W1T1	0.09	0.09	0.08	0.09	0.11	0.09	0.10	0.09	0.09
W2T2	0.10	0.10	0.09	0.09	0.08	0.08	0.09	0.09	0.09
W3T3	0.07	0.06	0.07	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.06
W4T4	0.06	0.06	0.06	0.05	0.07	0.05	0.05	0.06	0.06
W5T5	0.04	0.04	0.04	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Total									1.00

Sumber: Diolah

Tabel IV. 12 Hasil Penilaian QSPM

No	Faktor Strategis	Bobot	Penetrasi Pasar		Pengembangan Pasar		Pengembangan Produk	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
	Faktor Internal							
1	Kekuatan dan Peluang (SO)							
	(S1,O1) Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (Dodol, manisan, kripik, selai).	0.22	2.00	0.44	3.00	0.66	4.00	0.88
	(S2,O2) Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya <i>california</i> yang meningkat.	0.14	3.00	0.42	3.00	0.42	3.00	0.42
	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	0.12	2.00	0.24	2.00	0.24	2.00	0.24
	(S4,O4) Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	0.11	1.00	0.11	3.00	0.33	3.00	0.33
	(S5,O5) Memanfaatkan biaya input yang rendah untuk memperluas distribusi produk olahan pepaya.	0.09	4.00	0.36	2.00	0.18	4.00	0.36
2	Kelemahan dan Peluang(WO)							
	(W1,O1) Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	0.08	2.00	0.16	3.00	0.24	3.00	0.24
	(W2,O2) Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai	0.07	3.00	0.21	3.00	0.21	2.00	0.14

	tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.							
	(W3,O3) Mencari pendanaan alternatif dengan promosi <i>online</i> dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	0.07	1.00	0.07	4.00	0.28	2.00	0.14
	(W4,O4) Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	0.05	4.00	0.20	3.00	0.15	1.00	0.05
	(W5,O5) Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.	0.04	3.00	0.12	2.00	0.08	1.00	0.04
	Faktor Eksternal							
1	Kekuatan dan Ancaman (ST)							
	(S1,T1) Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	0.14	2.00	0.28	3.00	0.42	4.00	0.56
	(S2,T2) Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	0.14	3.00	0.42	2.00	0.28	2.00	0.28
	(S3,T3) Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	0.12	2.00	0.24	3.00	0.36	3.00	0.36
	(S4,T4) Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	0.13	3.00	0.39	1.00	0.13	4.00	0.52
	(S5,T5)	0.12	4.00	0.48	4.00	0.48	2.00	0.24

	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.							
2	Kelemahan dan Ancaman (WT)							
	(W1,T1) Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	0.09	1.00	0.09	2.00	0.18	3.00	0.27
	(W2,T2) Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	0.09	2.00	0.18	3.00	0.27	3.00	0.27
	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	0.06	3.00	0.18	2.00	0.12	2.00	0.12
	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	0.06	1.00	0.06	3.00	0.18	3.00	0.18
	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tarik terhadap pengembar.	0.04	2.00	0.08	3.00	0.12	3.00	0.12
Total				4,73		5,33		5,76

Sumber: Diolah

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), bahwa dari tiga alternatif strategi yang dievaluasi, strategi pengembangan produk memperoleh *Total Attractiveness Score* (T AS) tertinggi, yaitu sebesar 5,76, dibandingkan dengan strategi pengembangan

pasar (TAS 5,33) dan penetrasi pasar (TAS 4,73). Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk mengintegrasikan kekuatan internal seperti kualitas hasil panen dan ketersediaan bahan baku dengan peluang eksternal seperti tingginya permintaan pasar dan potensi diversifikasi produk. Selain itu, strategi ini juga responsif terhadap ancaman, seperti persaingan harga dan biaya distribusi, melalui pendekatan nilai tambah produk.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Usaha budidaya pepaya *california* di desa Siraisan menunjukkan potensi yang menjanjikan sebagai alternatif diversifikasi pertanian di tengah dominasi tanaman karet, kelapa, dan kopi. Data hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar petani yang terlibat dalam budidaya pepaya ini mampu meningkatkan hasil produksi dari tahun ke tahun. Sebagai contoh, petani seperti Nong Batubara dan Ahyarun Batubara mengalami pertumbuhan hasil panen yang cukup signifikan, menunjukkan adanya keberhasilan dalam pengelolaan budidaya. Namun, disisi lain terdapat pula petani seperti Hasnawi Hasibuan dan Burhanuddin Hasibuan yang mengalami penurunan hasil panen, yang disebabkan oleh berbagai tantangan seperti kondisi cuaca, hama, dan kesalahan dalam teknik budidaya. Perbedaan hasil panen ini menunjukkan bahwa budidaya pepaya *california* sangat dipengaruhi oleh praktik manajerial petani masing-masing.

Sehingga memerlukan pendekatan strategi pengembangan yang sistematis, yaitu pendekatan melalui *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), kemudian akan diolah menggunakan reduksi data, yaitu dengan mewawancara seluruh petani (8 orang) pepaya californi di desa Siraisan, dinas koperasi (1 orang), kepala desa Siraisan dan distributor (1 orang) pepaya california dalam bentuk verbatim atau kata demi kata. Tahap selanjutnya, penyajian data dengan menyajikan data dari hasil wawancara yang sudah diidentifikasi BMC dan dianalisis SWOT – BMC. Tahap terakhir, Kesimpulan dan verifikasi data. Untuk mendapatkan Kesimpulan, peneliti menggunakan perumusan strategi, yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan dengan menggunakan analisis *Internal Strategic Analysis Summary* (IFE), *External Strategic Analysis Summary* (EFE) , matriks *Internal-External* (IE), matriks SWOT, dan QSPM.

Penyadian data, dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) tahap pertama yang digunakan dalam penelitian ini, untuk menganalisis bagaimana struktur dan dinamika bisnis budidaya pepaya dijalankan. Identifikasi BMC memetakan sembilan elemen kunci dalam model usaha, yang mencakup mitra utama, aktivitas utama, proposisi nilai, hubungan pelanggan, segmen pelanggan, sumber daya utama, saluran distribusi, struktur biaya, dan aliran pendapatan. Dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa para petani telah membangun hubungan yang kuat dengan distributor lokal dan memiliki pelanggan tetap yang menjadi

kekuatan utama dari sisi pasar. Nilai proposisi dari produk pepaya *california* sangat kompetitif, yaitu memiliki rasa manis, daging tebal, dan sedikit biji, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal. Namun, saluran distribusi masih terbatas pada pasar tradisional dan penjualan langsung, dengan sedikit pemanfaatan teknologi digital atau ekspansi ke pasar luar daerah.

Pada bagian sumber daya, para petani di desa Siraisan memanfaatkan lahan pertanian yang subur dan tenaga kerja lokal, serta bibit unggul pepaya IPB 9. Modal usaha berasal dari dana pribadi, dan ini menjadi salah satu kelemahan struktural yang membatasi pengembangan skala usaha. Struktur biaya usaha didominasi oleh pembelian bibit dan pupuk, serta biaya perawatan dan pengendalian hama. Dalam aspek pendapatan, petani memperoleh hasil dari penjualan pepaya segar dan mentah, namun sangat bergantung pada kondisi pasar. Saat panen raya, harga pepaya segar dapat turun drastis, dari harga normal Rp7.000/kg menjadi Rp3.000/kg dan ini berisiko mengurangi pendapatan petani secara signifikan. Sehingga, perlu dilakukan inovasi dalam strategi pemasaran dan pengolahan produk.

Setelah melakukan identifikasi *Business Model Canvas* (BMC), kemudian melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap sembilan elemen utama dalam *Business Model Canvas* (BMC) dengan menggunakan analisis SWOT. Tujuannya adalah untuk menentukan posisi sembilan elemen BMC lebih jelas. Dari evaluasi ini, diperoleh dua jenis faktor utama,

faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Sehingga dapat menentukan faktor strategis matriks IFE dan Matriks EFE.

Kemudian tahap kesimpulan dan verifikasi data. Untuk mendapatkan kesimpulan, peneliti menggunakan perumusan strategi menggunakan pendekatan analisis SWOT dan QSPM, yaitu pertama tahap input, dengan menggunakan analisis *Internal Strategic Analysis Summary* (IFE), *External Strategic Analysis Summary* (EFE). Dalam penelitian ini matriks IFE, usaha budidaya pepaya california di desa Siraisan menunjukkan posisi internal yang cukup kuat dengan total skor 2,74. Sedangkan EFE berada dalam posisi eksternal yang cukup menguntungkan dengan total skor 2,81.

Kedua tahap pencocokan, dengan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT. Matriks IE berdasarkan hasil penelitian, skor total dari analisis faktor internal (IFE) adalah sebesar 2,74 sementara skor total dari analisis faktor eksternal (EFE) adalah sebesar 2,81. Nilai-nilai ini menempatkan posisi usaha pada kuadran V dalam Matriks IE, yaitu pada area yang menunjukkan kekuatan internal dan eksternal yang berada dalam kategori sedang (range skor 2,0–2,99 untuk masing-masing dimensi). Posisi pada kuadran V menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk usaha ini adalah strategi *Hold and Maintain*, yang berarti jaga dan pertahankan keberlangsungan usaha. Langkah strategis yang disarankan meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Analisis SWOT yang dilakukan terhadap elemen-elemen BMC memperkuat temuan bahwa strategi pengembangan produk merupakan solusi paling rasional dan prospektif dalam menghadapi tantangan internal dan eksternal. Kekuatan usaha terletak pada kualitas produk dan dukungan sumber daya lokal, sementara kelemahannya adalah keterbatasan pasar, rendahnya diversifikasi produk, dan sumber modal yang terbatas. Peluang besar terbuka pada aspek pengembangan produk olahan pepaya seperti dodol, manisan, kripik, dan selai, serta pemasaran digital yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Ancaman utama mencakup biaya distribusi tinggi, ketergantungan pada pasar segar dan harga pasar, ketergantungan terhadap kondisi cuaca, serta persaingan dari produk hortikultura lain. Permasalahan diatas sejalan dengan hasil penelitian Fahrur Rozi di Desa Sayur Matua, dengan judul (Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Pepaya dalam Meningkatkan Pendaftaran Masyarakat Desa Sayur Matua Kecamatan Naga Juang). yang juga menunjukkan bahwa pepaya mengalami tantangan serupa, terutama dalam hal permodalan, lahan dan kondisi cuaca, serta rendahnya pengetahuan tentang strategi pengembangan usaha.(Rozi, 2023) Meski menghadapi masalah yang sejenis, pendekatan strategi yang digunakan dalam kedua penelitian ini berbeda. Penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek teknis budidaya seperti pemilihan bibit, pemupukan, dan teknik panen. Sementara itu, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih terstruktur dan sistematis dengan menggabungkan BMC, SWOT, dan QSPM.

Tahapan selanjutnya, matriks SWOT, dalam matriks SWOT terdapat strategi yang paling dominan dipilih para petani, yaitu strategi (S1-O1) yaitu memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya menjadi strategi unggulan. Strategi ini dianggap mampu memberikan nilai tambah dan memperpanjang masa simpan hasil panen, sekaligus mengurangi tekanan fluktuasi harga saat panen raya. Pengembangan produk olahan juga membuka peluang kolaborasi dengan industri rumah tangga dan pelaku UMKM di sekitar wilayah desa. Selain itu, strategi WO dan WT yang bertujuan untuk mengatasi kelemahan seperti keterbatasan modal dan distribusi juga disusun sebagai strategi pendukung, antara lain melalui pembentukan Koperasi Simpan Pinjam (KSP), pemanfaatan sistem digital, dan pelatihan keterampilan pengolahan dari dinas terkait.

Ketiga tahap Keputusan, untuk menentukan strategi terbaik dalam pengembangan usaha budidaya pepaya califorinia di Desa Siraisan. Peneliti menggunakan penilaian QSPM. Hasil penilaian QSPM tertinggi, dapat memeberikan keputusan yang lebih optimal. Validasi strategi menggunakan pendekatan QSPM menghasilkan bahwa strategi pengembangan produk memiliki nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi yaitu 5,76, dibandingkan strategi pengembangan pasar (5,33) dan penetrasi pasar (4,73). Ini menunjukkan bahwa strategi tersebut tidak hanya paling menarik, tetapi juga paling potensial secara implementatif dalam konteks lokal desa Siraisan. Strategi ini menggabungkan kekuatan internal

seperti mutu produk dan ketersediaan bahan baku dengan peluang eksternal berupa peningkatan permintaan terhadap produk olahan dan dukungan dari pemerintah daerah. Hasil ini menjadi landasan ilmiah yang kuat dalam menyarankan pengembangan produk sebagai arah utama pembangunan usaha tani pepaya di masa depan.

Hasil analisis SWOT, peneliti menyusun beberapa strategi alternatif yang dikategorikan dalam empat jenis strategi, yaitu SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Untuk memilih strategi yang paling sesuai, digunakan metode QSPM dengan pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategis dan penilaian daya tarik setiap strategi berdasarkan wawancara dan kuesioner kepada pelaku usaha pepaya. Dari analisis tersebut, strategi yang memperoleh skor tertinggi (TAS sebesar 5,67) dengan nilai tertinggi 0,88 dari setiap faktor adalah (S1,O1) Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan papaya. Strategi yang berfokus pada pengolahan pascapanen, pengembangan produk olahan seperti manisan, dodol, selai. Dengan hasil panen yang berkualitas, untuk mendapatkan hasil panen yang berkualitas membutuhkan strategi (S4,T4) dimana pemerintah menyediakan pelatihan terhadap para petani, untuk perawatan budidaya papaya *california*, serta memperkuat penanggulangan hama dan penyakit, untuk mendapatkan hasil panen yang berkualitas.

Strategi pengembangan usaha dalam penelitian ini, mencerminkan prinsip-prinsip penting dalam muamalah seperti kejujuran (*sidq*), tanggung jawab (*amanah*), dan etika produksi. Islam memandang usaha pertanian sebagai bentuk ikhtiar yang mulia, yang apabila dijalankan dengan nilai-nilai syariah, dapat mendatangkan tidak hanya keuntungan dunia, tetapi juga keberkahan. Dalam hal ini, Al-Qur'an menegaskan melalui QS. Al-Mutaffifin ayat 1–3, peringatan keras terhadap praktik curang dalam takaran dan timbangan. Ayat ini menjadi landasan moral agar para petani tetap menjaga integritas dalam menjual hasil panennya—tidak mengurangi takaran, menjaga kualitas buah, dan menetapkan harga secara adil. Di sisi lain, pengembangan usaha ini juga mencakup aspek pengelolaan hasil panen menjadi produk olahan, yang tidak hanya memperpanjang umur simpan produk tetapi juga mencegah pemborosan (*isrāf*), memaksimalkan pemanfaatan hasil bumi, serta mewujudkan prinsip *tathwīr al-māl* (pengembangan harta) dalam Islam. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha yang diterapkan bukan hanya berorientasi pada nilai tambah ekonomi, tetapi juga mengakar pada nilai-nilai bisnis halal yang etis, transparan, dan bertanggung jawab, sesuai dengan prinsip manajemen bisnis syariah yang telah dijelaskan dalam kerangka teoritis.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan jumlah informan terbatas, hanya melibatkan delapan petani, satu orang perwakilan dari dinas Koperasi, kepala desa Siraisan dan satu distributor buah di Desa Siraisan, yang membatasi generalisasi temuan.
2. Pendekatan yang digunakan hanya mengintegrasikan *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, dan matriks QSPM, tanpa menggunakan analisis kuantitatif lanjutan seperti regresi yang dapat memperkuat hubungan antar variabel.
3. Data primer dari wawancara tidak terstruktur berpotensi menimbulkan bias subjektif dari informan dan peneliti.
4. Keterbatasan waktu dan akses terhadap data historis yang lebih komprehensif menghalangi analisis ekonomi yang lebih mendalam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Budidaya pepaya California di Desa Siraisan memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena didukung oleh kondisi tanah yang subur, ketersediaan bibit unggul varietas IPB 9, serta adanya konsumen lokal yang loyal. Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pengembangan usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya diversifikasi produk, jalur distribusi yang sempit, serta ketergantungan pada harga pasar dan kondisi cuaca yang tidak menentu. Hasil analisis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha terletak pada kualitas produk dan hubungan yang baik dengan pelanggan tetap, sedangkan kelemahan menonjol meliputi sistem distribusi yang terbatas, pembiayaan yang masih bersifat mandiri, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan dan pemasaran usaha. Di sisi lain, peluang eksternal terbesar adalah meningkatnya minat pasar terhadap produk olahan pepaya dan terbukanya ruang untuk pemanfaatan media digital sebagai saluran promosi dan pemasaran. Berdasarkan hasil analisis dengan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), strategi pengembangan produk memperoleh skor Total Attractiveness Score

(TAS) tertinggi sebesar 5,76, mengungguli strategi pengembangan pasar (5,33) dan penetrasi pasar (4,73). Sehingga, strategi yang difokuskan pada penelitian ini adalah strategi pengembangan produk dengan penciptaan produk olahan seperti dodol, manisan, keripik, dan selai pepaya menjadi alternatif terbaik dalam meningkatkan nilai tambah, memperluas jangkauan pasar, serta memperpanjang masa simpan hasil panen.

B. Saran

1. Bagi Petani Pepaya California

Diharapkan petani dapat mengimplementasikan strategi yang telah disarankan, khususnya dalam pengolahan pascapanen dan promosi digital. Pelatihan teknologi digital dan pengolahan produk olahan harus difasilitasi agar petani tidak hanya menjual produk segar, tetapi juga produk bernilai tambah.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Perlu ada dukungan kebijakan dan fasilitasi program kemitraan dengan pelaku industri olahan dan pelatihan, serta kerja sama dengan dinas koperasi dan dinas pertanian.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi studi lanjutan, terutama dalam aspek implementasi strategi yang telah dirumuskan. Studi kuantitatif tentang dampak langsung terhadap pendapatan petani dan kesejahteraan masyarakat desa juga sangat dianjurkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2021.
- Aminah. *Wawancara Dengan Produsen Usaha Budidaya Pepaya California*. Siraisan, 2024.
- Anto, Hasibuan Eri. *Wawancara Dengan Pelaku Usaha Budidaya Pepaya California*. Siraisan, 2024.
- Ardiansyah, Muhammad. "Keuntungan Usaha Budidaya Pepaya Calina Ipb 9 Di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 4 (2020): 799–812. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i4.149>.
- Aulia, Lailun Nur, and R R Wening Ken Widodasih. "Strategi Pengembangan Usaha Melalui Analisis SWOT Pada Toko Buku ' Demak ' Di Pilar Cikarang Utara." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis P-ISSN 2620-9551 E-ISSN 2622-1616* 6, no. 2 (2023): 701–2.
- Bloom, Nicholas, and John Van Reenen. "Analisis Strategi Pengembangan Budidaya Pepaya California Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Pepaya California Di Pekon Kotaagung, Kec. Kotaagung, Tanggamus)." *NBER Working Papers*, 2013, 89.
- Daerah, Administrasi. "Wawancara Dengan Administrasi Daerah," n.d.
- "Departemen Agama RI, 'Al-Qur'an Dan Terjemahan' (Cv.J-Art, 2005), Bandung," n.d.
- Desa, Petua Adat. "No Title," n.d.
- Fadli, Muhammad Rijal Fadli. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Medan, Restu Printing Indonesia, Hal.57* 21, no. 1 (2008): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v2i1>.
- Handayani, Asih, and Aris Eddy Sarwono. *Buku Ajar Manajemen Strategis*. *UNISRI Press*, 2021.
- Hasanah, Hasyim. "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)." *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Hasnawi, Hasibuan. *Wawancara Dengan Pelaku Usaha Budidaya Pepaya California*. Siraisan, n.d.
- Hermawan, Sigit;Sriyono. *Manajemen Strategi & Risiko*. *UMSIDA Press*, 2020.
- Husnulail, M., Risnita, M. Syahran Jailani, and Asbui. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Lmiah." *Journal Genta Mulia* 15, no. 0 (2024): 73.
- Imam Ibnu Katsir asy-Syafi'i. *Tafsir Surat Orang - Orang Yang Curang*, n.d.
- Imron, Imron. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang." *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* 5, no. 1 (2019): 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>.
- Irawani, Erika. "Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata Di Desa Jambur Padang Matinggi Kecamatan Panyabungan." Universitas Islam Negeri Syekh Ali

- Hasan Ahmad Addary, 2024.
- Iryana. *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*, 2019.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/2myn7>.
- Junaidah. *Implementasi Manajemen Strategis*. CV. Anugrah Utama Raharja. Vol. 7, 2022.
- Kepala Desa. "No Title," n.d.
- Kurniasih, Dewi, Yudi Rusfiana, Agus Subagyo, and Rira Nuradhwati. "Teknik Analisa." *Alfabeta Bandung*, 2021, 1–119.
- Maulida , Ervina; Djuanda, Gystian. *Manajemen Strategi*. Edited by Hani Fajar Ningrum. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Muhammad Hasan, Tuti Khairani Harahap, Iesyah Rodliyah Syahrial Hasibuan, Cecep Ucu Rakhman Sitti Zuhaerah Thalhah, Inanna. Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, Andi Aris Mattunruang Herman, M.Pd. Nursaeni, Yusriani, Nahriana, Sitti Hajerah Hasyim Dumaris Silalahi, and Nur Arisah Azwar Rahmat, M.TPd, Yetty Faridatul Ulfah, M.Hum. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP, 2023.
- Mulyanti, Kurniawati, and Supandi Supandi. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Budidaya Tanaman Sayuran." *Jurnal Abdimas Dediaksi Kesatuan* 3, no. 1 (2022): hlm 4. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i1.1311>.
- Napitupulu, Rodame Monitorir. "Pengembangan Model Bisnis Wisata Halal Aek Sabaon Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas." *Jurnal Iqtisaduna* 5, no. 2 (2019): 210–11. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v5i2.11075>.
- Nugraha, Qudrat. *Manajemen Strategis. Manajemen Strategis Pemerintahan*, 2016.
- Nur, Pauziah. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha IKM Pandai Besi Harahap Serasi Sipange Dalam Persefektif Ekonomi Islam." Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2024.
- Nurdiana, Kia, Suyudi Suyudi, and Hendar Nuryaman. "Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pepaya California Di Pasar Banjar." *Jurnal Agristan* 2, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.37058/ja.v2i1.2347>.
- Nurjanah. "Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah." *Jurnal Mahasiswa* 1 (2021): h. 5.
- Nurlan, Hasibuan. *Wawancara Dengan Pelaku Petani Usaha Budidaya Pepaya California*. Siraisan, 2024.
- Nurmansyah, Ec SR, and Burhan. *Manajemen Strategik*. Cv. Eureka Media Aksara, 2023.
- "QS. Al Mutaffifin(83):1-3.," n.d.
- Rahim, Rahman;Radjab, Enny. *Manajemen Strategi. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar*. Vol. 2, 2020.
<https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i2.53>.
- Rahmaniah, Muhammad Arhim, Kaimuddin, and Rizky Ariesty Fachrysa Halik. "Strategi Pengembangan Usaha (Pepaya California)." *Jurnal Ilmu Pertanian* 2, no. 1 (2022): 11–20.
- Rahmaniah, Muhammad Arhim, Kaimuddin, and Rizky Ariesty Fachrysa Halik. "Strategi Pengembangan Usaha (Pepaya California) (Studi Kasus Kelompok Tani Buraq Mandar Desa Bukit Samang Kecamatan Sendana Kabupaten Majene)." *Wanatani* 2, no. 1 (2022): 11–20.

- [https://doi.org/10.51574/jip.v2i1.52.](https://doi.org/10.51574/jip.v2i1.52)
- Rahmawati, Laily Agustina. "Analisis Usahatani Pepaya Varietas California (Carica Papaya L.) Studi Kasus Di Desa Bakalan Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro Propinsi Jawa Timur." *Jurnal Universitas Bojonegoro* 1, no. 1 (2015): 1–8.
- Ramadhani, Saffa Archietya, Syamsu Rizal, and Azwar -. "Strategi Pengembangan Usaha Melalui Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada Usaha Rumahan Achiella Cake)." *Jurnal Administrasi Profesional* 4, no. 2 (2023): 87–96. <https://doi.org/10.32722/jap.v4i2.6495>.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- . "Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk)." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 3, no. 1 (2019): 201–18.
- Rozi, Fahrur. "Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Pepaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sayur Matua Kecamatan Naga Juang." Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2023.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. Cetakan Pe. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Saifudin, Misni, Addiarrahman Addiarrahman, and Lidya Anggraeni. "Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Purnama Raya H. Salsabila Lebak Bandung Jelutung." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): hlm 216.
- Setiawan, Ahmad Dani. "Pengembangan Budidaya Pepaya Jenis California Untuk Meningkatkan Ekonomi Di Desa Sungai Rengit Kabupaten Banyuasin." *Jurnal. Um - Palembang* 1, no. 1 (2023): hlm.55-57.
- Soba, Esterlita, Yolanda Pinky, Ivanna Rori, and Paulus Adrian Pangemanan. "Analisis Pendapatan Usahatani Pepaya Di Desa Lembean Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara." *Jurnal Ilmiah Agrisosio Ekonomi* 19, no. 2 (2023): 992–93.
- Subakti, Hani;Hurit, Roberta Uron. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin, 2020.
- Sudiantini, Dian. *Manajemen Strategi*. Cv.Pena Persada, 2022.
- Supriadi, Adih, Edy Arisondha, and Titis Nistia Sari. *Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM*. Widina Bhakti Persada Bandung, 2023.
- Susanto, Rendy. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt. Patrinsaka." *Journal of Chemical Information and Modeling* 5, no. 9 (2017): 1689–99.
- Wada, Fauziah Hamid;Pertiwi, Anna. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*, 2018. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>.
- Wardana, Muhammad Harsa, and Farida Djumiatti Sitania. "Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Kedai Kabur Bontang." *Jurnal Teknik Industri (JATRI)* 1, no. 1 (2023): 11–13. <https://doi.org/10.30872/jatri.v1i1.492>.
- Warsono, Hardi, Retno Sunu Astuti, and Ardiyansyah. *Metode Pengolahan Data Kualitatif Menggunakan Atlas.Ti*, 2022.

- Widiartha, I Wayan Agus Candra, and Rina Djunita Pasaribu. "Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Qspm (Studi Kasus Pada Ud . Dinamo Gianyar)." *Journal of Indonesia Business Research* 1, no. 1 (2023): 53–54.
- Widyawati, Nur. *Teori Dan Penerapan Bisnis Model Vanvas. Scopindo Media Cetak.* Vol. 7, 2020.
- Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha),* 2018.
- Wulandari, Nadia Ayu. "Strategi Pengembangan Usaha Cv Vanana Jaya Sinergi Menggunakan Metode Busines Model Canvas (BMC), SWOT Dan Quantitative Strategic Planing Matrix(QSPM," 2022.
- _____. "Strategi Pengembangan Usaha Cv Vanana Jaya Sinergi Menggunakan Metode Business Model Canvas (Bmc), Swot Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm)," 2022.
- Yatminiwati, Mimin. *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa.* Widya Gama Press, 2019.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Hikmah Nasution
NIM : 21 404 00015
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/ Tanggal Lahir : Siraisan, 16 April 2003
Anak Ke : 1 (Satu)
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Desa Siraisan, Kecamatan. Ulu Barumun, Kabupaten. Padang Lawas.
Telp. HP : 082269278488
e-mail : hikmahnasution26@gmail.com

B. Identitas Orangtua

1. Ayah
Nama : Mangasa Nasution
Pekerjaan : Petani
Alamat : Desa Siraisan, Kecamatan. Ulu Barumun, Kabupaten. Padang Lawas.
Telp/ Hp : 082235750086

2. Ibu
Nama : Dersana Hasibuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Siraisan, Kecamatan. Ulu Barumun, Kabupaten. Padang Lawas.
Telp/ HP : -

C. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 0604 Siraisan (2010-2015)
2. MTsN 1 Padang Lawas (2015-2018)
3. SMAN 1 Barumun (2018-2021)
4. Tahun 2021 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN SYAHADA) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

LAMPIRAN – LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

A. Identitas Informan

Nama : _____

Usia : _____

Lama Usaha : _____

Luas lahan yang dikelola : _____

B. Kondisi Usaha Budidaya Pepaya *California*

1. Bagaimana awal mula usaha budidaya pepaya *california* di Desa Siraisan?
2. Apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik dalam usaha ini?
3. Seberapa besar keuntungan dari usaha ini dalam kondisi normal?
4. Menurut Bapak/Ibu apa strategi yang paling efektif untuk mengembangkan usaha budidaya pepaya *california* di Desa Siraisan?
5. Apakah ada langkah-langkah yang sudah dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk ini?

C. Faktor Internal (Kekuatan & Kelemahan – IFAS)

1. Kekuatan
 - a. Apa keunggulan pepaya *california* dibandingkan jenis pepaya lain?
 - b. Bagaimana kualitas bibit yang digunakan?
 - c. Bagaimana sistem perawatan yang dilakukan?
 - d. Apakah ada dukungan dari pemerintah atau organisasi lain?
 - e. Sejauh mana daya tahan tanaman terhadap cuaca dan hama?

2. Kelemahan

- a. Apa kendala utama dalam budidaya pepaya *california*?
- b. Apakah ada keterbatasan dalam akses peralatan dan teknologi pertanian?
- c. Bagaimana ketersediaan tenaga kerja dalam usaha ini?
- d. Bagaimana cara menangani kegagalan panen?

D. Faktor Eksternal (Peluang & Ancaman – EFAS)

1. Peluang

- a. Bagaimana permintaan pasar terhadap pepaya *california*?
- b. Apakah ada potensi kemitraan dengan pasar modern atau industri makanan?
- c. Apakah ada peluang untuk diversifikasi produk (misalnya olahan pepaya)?
- d. Bagaimana peran media sosial atau teknologi digital dalam pemasaran?

2. Ancaman

- a. Bagaimana persaingan dengan petani lain di daerah sekitar?
- b. Bagaimana dampak fluktuasi harga terhadap keuntungan usaha?
- c. Bagaimana dampak perubahan iklim dan musim terhadap produksi?
- d. Bagaimana ancaman hama atau penyakit terhadap tanaman?

E. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) dalam Budidaya Pepaya California

1. *Customer Segments* (Segmentasi Pelanggan)
 - a. Siapa target pasar utama pepaya *california* yang Bapak/Ibu hasilkan?
 - b. Bagaimana perilaku pembelian konsumen terhadap produk ini?
2. *Value Proposition* (Keunggulan Produk)
 - a. Apa yang membuat pepaya *california* dari Desa Siraisan unik atau lebih unggul?
 - b. Bagaimana kualitas dan standar pepaya yang dihasilkan?
3. *Channels* (Saluran Distribusi)
 - a. Bagaimana cara pemasaran yang selama ini dilakukan?
 - b. Apakah sudah ada upaya pemasaran melalui media sosial atau *marketplace*?
4. *Customer Relationships* (Hubungan dengan Pelanggan)
 - a. Bagaimana interaksi dengan pelanggan (konsumen, distributor, pengecer)?
 - b. Apa bentuk promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan?
5. *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)
 - a. Dari mana saja sumber pendapatan utama dalam usaha ini?
 - b. Apakah ada rencana untuk menambah produk turunan dari pepaya?
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Apa saja sumber daya utama yang mendukung keberhasilan usaha ini?

Dan bagaimana kondisi modal usaha ini?

7. *Key Activities* (Kegiatan Utama)

- a. Apa aktivitas utama dalam proses budidaya hingga panen?
- b. Bagaimana cara memastikan kualitas produksi tetap terjaga?

8. *Key Partnerships* (Kemitraan)

- a. Apakah ada kerja sama dengan pemasok bibit, pupuk, atau distributor?
- b. Bagaimana peran pemerintah dalam membantu usaha ini?

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Apa biaya terbesar dalam budidaya pepaya *california*?

A. Matriks Perbandingan Berpasangan IFE dan EFE

Kekuatan Dan Kelemahan
Memilih Hubungan Kepentingan Antar Faktor
(Kurang Penting [1], Sama Penting [2] Dan Lebih Penting [3] Dengan
Dicontreng [X]))

Faktor-faktor Internal Strategis	Hubungan			Faktor-faktor Internal Strategis	
	<u>Kepentingan</u>				
	1	2	3		
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	S2
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	S3
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	S4
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	S5
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	W1
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Penjualan harga pepaya mentah	W2
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
S1 Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	S3
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	S4
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	S5
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	W1
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Penjualan harga pepaya mentah	W2
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
S2 Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5

S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	S4
S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	S5
S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	W1
S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Penjualan harga pepaya mentah	W2
S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
S3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5
S4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	1	2	3	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	S5
S4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	1	2	3	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	W1
S4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	1	2	3	Penjualan harga pepaya mentah	W2
S4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
S4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
S4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5
S5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	1	2	3	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	W1
S5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	1	2	3	Penjualan harga pepaya mentah	W2
S5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
S5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
S5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5
W1	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	1	2	3	Penjualan harga pepaya mentah	W2
W1	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
W1	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
W1	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5
W2	Penjualan harga pepaya mentah	1	2	3	Modal dari dana pribadi	W3
W2	Penjualan harga pepaya mentah	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4
W2	Penjualan harga pepaya mentah	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	W5
W3	Modal dari dana pribadi	1	2	3	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	W4

W3	Modal dari dana pribadi	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer W5 atau pembeli
W4	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	1	2	3	Transaksi langsung dengan pengecer W5 atau pembeli

Peluang dan Ancaman
Memilih hubungan Kepentingan antar faktor
(kurang penting [1], sama penting [2] dan lebih penting [3] dengan dicoret [X])

	Faktor-faktor Internal Strategis	Tingkat Kepentingan			Faktor-faktor Internal Strategis
		1	2	3	
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Potensi penjualan online dan dukungan digital
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Pemasaran dan distribusi
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Biaya distribusi dan transportasi tinggi
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Penjualan harga pepaya panen raya
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Kerja sama antar petani.
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit
O1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Potensi penjualan online dan dukungan digital
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Pemasaran dan distribusi
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Biaya distribusi dan transportasi tinggi
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Penjualan harga pepaya panen raya
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Kerja sama antar petani.
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit
O2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.
O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Pemasaran dan distribusi
O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah
O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Biaya distribusi dan transportasi tinggi

O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Penjualan harga pepaya panen raya	T2
O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Kerja sama antar petani.	T3
O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit	T4
O3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	T5
Pemasaran dan distribusi					Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	O5
O4	Pemasaran dan distribusi	1	2	3	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	T1
O4	Pemasaran dan distribusi	1	2	3	Penjualan harga pepaya panen raya	T2
O4	Pemasaran dan distribusi	1	2	3	Kerja sama antar petani.	T3
O4	Pemasaran dan distribusi	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit	T4
O4	Pemasaran dan distribusi	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	T5
O5	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	1	2	3	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	T1
O5	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	1	2	3	Penjualan harga pepaya panen raya	T2
O5	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	1	2	3	Kerja sama antar petani.	T3
O5	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit	T4
O5	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	T5
T1	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	1	2	3	Penjualan harga pepaya panen raya	T2
T1	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	1	2	3	Kerja sama antar petani.	T3
T1	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit	T4
T1	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	T5
T2	Penjualan harga pepaya panen raya	1	2	3	Kerja sama antar petani.	T3
T2	Penjualan harga pepaya panen raya	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit	T4
T2	Penjualan harga pepaya panen raya	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	T5
T3	Kerja sama antar petani.	1	2	3	Penanggulangan hama dan penyakit	T4

T3 Kerja sama antar petani.	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer T5 atau pembeli langsung dipasar.
T4 Penanggulangan hama dan penyakit	1	2	3	Persaingan dengan pedagang pengecer T5 atau pembeli langsung dipasar.

Siraisan, April 2025

(Responden)

KUESIONER PENENTUAN PERINGKAT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL DAN INTERNAL

Tujuan:

Pengisian kuisioner ini bertujuan untuk menentukan nilai peringkat untuk masing-masing faktor strategis baik eksternal maupun internal. Nilai peringkat ini nantinya akan digunakan sebagai pengali untuk nilai pembobotan yang telah diperoleh sebelumnya.

Petunjuk Umum:

- Berikan tanda silang “X” nilai peringkat yang Bapak/Ibu pilih.
- Jawaban merupakan jawaban pribadi Bapak/Ibu

Petunjuk Pengisian Nilai Peringkat Peluang dan Ancaman:

- Penilaian nilai peringkat berdasarkan respon perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman yang ada pada saat ini.
- Penilaian peringkat tersebut menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Peringkat	Defnisi	Ketentuan
1	Responnya sangat buruk	Ancaman
2	Responnya rata-rata	&
3	Responnya diatas rata-rata	Peluang
4	Responnya sangat bagus	

Petunjuk Pengisian Nilai Peringkat Kekuatan dan Kelemahan

- Nilai peringkat untuk kelemahan adalah 1 atau 2, sedangkan kekuatan bernilai 3 atau 4
- Penilaian nilai peringkat mencerminkan kondisi internal perusahaan
- Penilaian peringkat tersebut menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Peringkat	Defnisi	Ketentuan
1	Sangat Lemah	Kelemahan
2	Lemah	
3	Kuat	Kekuatan
4	Sangat Kuat	

KEKUATAN

No.	Faktor-faktor Internal Strategis	Nilai Peringkat
		Reting
1	Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	
2	Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal,sedikit biji dan lain – lain)	
3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	
4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	
5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	

KELEMAHAN

No.	Faktor-faktor Internal Strategis
1	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu
2	Penjualan harga pepaya mentah
3	Modal dari dana pribadi
4	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi
5	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli

TOTAL

PELUANG

Nilai Peringkat

No.	Faktor-faktor Eksternal Strategis	Rating
1	Pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai)	
2	Permintaan pasar terhadap pepaya <i>california</i> tinggi.	
3	Potensi penjualan online dan dukungan digital	
4	Pemasaran dan distribusi	
5	Bekerja sama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan industri pengolahan buah	
<hr/>		
ANCAMA		
No.	Faktor-faktor Eksternal Strategis	
1	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	
2	Penjualan harga pepaya panen raya	
3	Kerja sama antar petani.	
4	Penanggulangan hama dan penyakit	
5	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	
TOTAL		
<hr/>		

B. Matriks SWOT

Kuesioner Matriks SWOT 1

No.	Faktor-faktor Strategis Internal	Faktor-faktor Strategis Eksternal	Strategi Alternatif	Alasan dan Argumentasi	
	Kekuatan (Strength)	(+)	Peluang (Opportunity)	Strategi SO (Gabungan faktor Kekuatan-Peluang)	
1	Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	(+)	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu		
2	Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal, sedikit biji dan lain-lain)	(+)	Penjualan harga pepaya mentah		
3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	(+)	Modal dari dana pribadi		
4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	(+)	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi		
5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	(+)	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli		
Kelemahan (Weaknesses)		(+)	Peluang (Opportunity)	Alasan dan Argumentasi	
1	Sistem bisnis yang ritel dengan kompleksitas yang rumit	(+)	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu		
2	Tumpang tindih pengembangan bisnis dengan Anak Perusahaan lain	(+)	Penjualan harga pepaya mentah		
3	Sistem internal dalam proses penagihan ke konsumen	(+)	Modal dari dana pribadi		
4	Internal control perusahaan dalam sistem pengelolaan resiko/ risk management system	(+)	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi		
5	Tata Kelola Organisasi termasuk SOP dalam menjalankan bisnis ritel	(+)	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	.	

Kuesioner Matriks SWOT 2

Faktor-faktor Strategis Internal		Faktor-faktor Strategis Eksternal		Strategi Alternatif
No.	Kekuatan (Strength)	(+)	Ancaman (Treathe)	Alasan dan Argumentasi
1	Memiliki konsumen lokal dan distribusi tetap atau langganan.	(+)	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	
2	Hasil panen segar dan kualitas papaya tinggi (manis, daging tebal, sedikit biji dan lain – lain)	(+)	Penjualan harga pepaya panen raya	
3	Lahan subur disertai kualitas bibit unggul IPB 9	(+)	Kerja sama antar petani.	
4	Tenaga kerja lokal dan penjualan pepaya dengan harga normal	(+)	Penanggulangan hama dan penyakit	
5	Biaya pembelian bibit dan pupuk murah	(+)	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	
Kelemahan (Weaknesses)		(+)	Ancaman (Treathe)	Alasan dan Argumentasi
1	Pasar masih terbatas di wilayah tertentu	(+)	Biaya distribusi dan transportasi tinggi	
2	Penjualan harga pepaya mentah	(+)	Penjualan harga pepaya panen raya	
3	Modal dari dana pribadi	(+)	Kerja sama antar petani.	
4	Biaya perawatan dan pengendalian hama tinggi	(+)	Penanggulangan hama dan penyakit	
5	Transaksi langsung dengan pengecer atau pembeli	(+)	Persaingan dengan pedagang pengecer atau pembeli langsung dipasar.	

KUISIONER PENENTUAN PERINGKAT STRATEGI ALTERNATIF (Attractive Score)

Tujuan

Pengisian kuisioner ini bertujuan untuk menentukan nilai peringkat Strategi alternatif dengan tingkat daya tariknya masing-masing. Nilai peringkat ini nantinya akan digunakan sebagai pengali untuk nilai Total Atractive Score.

Petunjuk Umum

- Jawaban merupakan jawaban pribadi Bapak/Ibu

Petunjuk Pengisian Nilai Peringkat Peluang dan Ancaman

- Penilaian nilai peringkat berdasarkan respon perusahaan dalam prioritas strategi yang digunakan.
- Penilaian peringkat tersebut menggunakan skala dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Peringkat	Defnisi
1	Tidak Menarik
2	Agak Menarik
3	Menarik
4	Sangat Menarik

Identitas Responden

Nama

Jabatan

Tanda Tangan

*) Pada nilai Bobot menggunakan data sebelumnya (Matriks IFE dan EFE, dengan metode Comparison pairwise

C. Kuesioner Penilaian Peringkat Strategi

Faktor-faktor Strategis		Alternatif Strategi		
	Kekuatan dan Peluang (SO)	Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	(S1,O1) Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	3	4	4
2	(S2,O2) Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	3	3	3
3	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	2	2	3
4	(S4,O4) Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	2	3	3
5	(S5,O5) Memanfaatkan biaya input yang rendah untuk memperluas distribusi produk olahan pepaya.	2	2	3
Kelemahan dan Peluang(WO)		Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	(W1,O1) Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	3	4	4
2	(W2,O2) Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	3	4	4
3	(W3,O3) Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	2	3	3
4	(W4,O4) Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	2	3	3
5	(W5,O5) Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.	2	2	2
Kekuatan dan Ancaman (ST)		Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1	(S1,T1) Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	2	2	2
2	(S2,T2) Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	2	3	2
3	(S3,T3) Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantaangan organisasi petani lain.	2	3	3
4	(S4,T4) Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	2	3	3
	(S5,T5)	2	2	3

Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.

Kelemahan dan Ancaman (WT)	Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
1 (W1,T1) Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	1	3	2
2 (W2,T2) Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	3	4	4
3 (W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	3	3	3
4 (W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	1	2	2
5 (W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	2	3	3

D. Matriks Perbandingan Berpasangan QSPM

SO Dan WO

Memilih Hubungan Kepentingan Antar Faktor
(Kurang Penting [1], Sama Penting [2] Dan Lebih Penting [3] Dengan
Dicontreng [X]))

Faktor-faktor Internal Strategis		Hubungan Kepentingan			Faktor-faktor Internal Strategis	
		1	2	3		
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	Menawarkan tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	S2O2
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	(S3,O3)	S3O3
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	S4O4
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	S5O5
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	(W1,O1)	W1O1
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	(W2,O2)	W2O2
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	
S1O1	(S1,O1)	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
S1O1	Memperluas jangkauan pasar lokal melalui pengembangan produk olahan pepaya (dodol, manisan, kripik, selai).	1	2	3	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.	

S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	(S3,O3)	S3O3
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	S4O4
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	S5O5
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	(W1,O1)	W1O1
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	(W2,O2)	W2O2
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	
S2O2	Menawarkan pepaya berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar pepaya California yang meningkat.	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
S3O3	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	1	2	3	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	S4O4
S3O3	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	1	2	3	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	S5O5
S3O3	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	1	2	3	(W1,O1)	W1O1
S3O3	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.	1	2	3	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	
S3O3	(S3,O3) Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk	1	2	3	(W2,O2)	W2O2

	meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.				menghadapi keterbatasan harga jual.	
S3O3	(S3,O3)	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
	Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.				Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	
S3O3	(S3,O3)	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
	Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.				Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	
S3O3	(S3,O3)	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
	Mengoptimalkan penggunaan lahan subur dan bibit unggul untuk meningkatkan hasil dan menjangkau pasar daring.				Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.	
S4O4	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	1	2	3	(W5,O5)	S5O5
					Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.	
S4O4	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	1	2	3	(W1,O1)	W1O1
					Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	
S4O4	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	1	2	3	(W2,O2)	W2O2
					Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	
S4O4	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
					Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	
S4O4	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
					Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	
S4O4	Mengembangkan pemasaran melalui kolaborasi dengan dinas koperasi dan industri.	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
					Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.	
S5O5	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	1	2	3	(W1,O1)	W1O1
					Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	
S5O5	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	1	2	3	(W2,O2)	W2O2
					Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	

S5O5	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
S5O5	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
S5O5	Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
W1O1	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	1	2	3	(W2,O2)	W2O2
W1O1	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
W1O1	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
W1O1	Membuka pasar baru melalui diversifikasi produk olahan pepaya agar tidak hanya bergantung pada wilayah tertentu.	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
W2O2	Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	1	2	3	(W3,O3)	W3O3
W2O2	Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
W2O2	Mengolah pepaya mentah menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi keterbatasan harga jual.	1	2	3	(W5,O5)	W5O5
W3O3	Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	1	2	3	(W4,O4)	W4O4
W3O3	Mencari pendanaan alternatif dengan promosi online dan dukungan digital untuk mengatasi keterbatasan modal pribadi.	1	2	3	(W5,O5)	W5O5

				pembeli langsung.	
W4O4	Menurunkan biaya pengendalian hama dengan pelatihan dari dinas pertanian dan koperasi.	1	2	3	(W5,O5) Membangun sistem transaksi digital atau koperasi petani untuk mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung.

ST dan WT
Memilih hubungan Kepentingan antar faktor
(kurang penting [1], sama penting [2] dan lebih penting [3] dengan dicoret [X])

	Faktor-faktor Internal Strategis	Tingkat <u>Kepentingan</u>			Faktor-faktor Internal Strategis
		1	2	3	
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya. S2T2
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain. S3T3
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit. S4T4
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar. S5T5
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	(W1,T1) W1T1 Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	(W2,T2) W2T2 Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	(W3,T3) W3T3 Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	(W4,T4) W4T4 Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.
S1T1	Mengurangi biaya distribusi dengan mengoptimalkan jaringan distribusi tetap yang telah ada.	1	2	3	(W5,T5) W5T5 Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain. S3T3
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit. S4T4
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar. S5T5

S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	(W1,T1) Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	W1T1
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	(W2,T2) Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	W2T2
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	W3T3
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	W4T4
S2T2	Menyesuaikan waktu panen dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di musim panen raya.	1	2	3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	S4T4
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.	S5T5
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	(W1,T1) Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	W1T1
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	(W2,T2) Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	W2T2
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	W3T3
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	W4T4
S3T3	Membangun kerjasama petani berbasis kualitas bibit unggul untuk menghadapi tantangan organisasi petani lain.	1	2	3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5

S4T4	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	1	2	3	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar. (W1,T1)	S5T5
S4T4	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	1	2	3	Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas. (W2,T2)	W1T1
S4T4	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	1	2	3	Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	W2T2
S4T4	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	1	2	3	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	W3T3
S4T4	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	1	2	3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem terpadu berbasis komunitas.	W4T4
S4T4	Menyediakan pelatihan tenaga kerja lokal untuk memperkuat penanggulangan hama dan penyakit.	1	2	3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5
S5T5	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.	1	2	3	(W1,T1) Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	W1T1
S5T5	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.	1	2	3	(W2,T2) Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	W2T2
S5T5	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.	1	2	3	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	W3T3
S5T5	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.	1	2	3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem terpadu berbasis komunitas.	W4T4
S5T5	Mengembangkan nilai tambah produk agar tetap bersaing dengan pedagang pasar.	1	2	3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5
W1T1	Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar	1	2	3	(W2,T2) Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan	W2T2

	terbatas.		produk.	
W1T1	Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	1 2 3	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	W3T3
W1T1	Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	1 2 3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	W4T4
W1T1	Menyusun strategi distribusi bersama petani sekitar untuk mengurangi beban biaya transportasi di pasar terbatas.	1 2 3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5
W2T2	Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	1 2 3	(W3,T3) Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	W3T3
W2T2	Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	1 2 3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	W4T4
W2T2	Mengantisipasi fluktuasi harga saat panen raya dengan strategi pengolahan produk.	1 2 3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5
W3T3	Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	1 2 3	(W4,T4) Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	W4T4
W3T3	Membentuk koperasi untuk memperkuat permodalan bersama dalam menjawab tantangan kolaborasi antar petani.	1 2 3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5
W4T4	Menekan biaya pengendalian dengan membangun sistem pertanian terpadu berbasis komunitas.	1 2 3	(W5,T5) Membentuk kelompok tani berbasis digital untuk meningkatkan daya tawar terhadap pengecer.	W5T5



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2273/Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/10/2024 15 Oktober 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu;

1. Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M : Pembimbing I
2. Zulaika Matondang, M.Si : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Hikmah Nasution
NIM : 2140400015
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pepaya California di Desa Siraisan.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUANFAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 94 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/01/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

/0 Januari 2025

Yth; Kepala Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kab. Padang Lawas.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama
yang tersebut dibawah ini:

Nama : Hikmah Nasution
NIM : 2140400015
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiimpuan
yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Strategi Pengembangan Usaha**
Budidaya Pepaya California di Desa Siraisan". Dengan ini kami mohon kepada
Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. -197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAHAN KABUPATEN PADANG LAWAS
KECAMATAN ULU BARUMUN
KANTOR DESA SIRAI SAN

Alamat: Jl. Lintas Sibuhuan Sosopan Km. 15 kode Pos: 22763

SURAT KETERANGAN

Nomor: 470/011/20.s/IV/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala desa Siraisan Kecamatan Ulu Barumun Kabupaten Padang Lawas, dengan ini menerangkan :

Nama : Hikmah Nasution

Nim : 2140400015

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidiimpuan

Benar telah melakukan penelitian selama 1 Bulan di Desa Siraisan kecamatan Ulu Barumun Kabupaten Padang Lawas, dengan judul penelitian "**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA PEPAYA CALIFORNIA DI DESA SIRAI SAN**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Siraisan, 15 Januari 2025

Kepala Desa Siraisan



Sangkot Hasibuan



PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS
DINAS KOPERASI UKM, PERINDUSTRIAN
DAN PERDAGANGAN

Alamat : Jl. KH. Dewantara No. Km. 4 Komplek Perkantoran SKPD Terpadu Sigala-gala
S I B U H U A N Kode Pos 22763

Sibuhuan, 2 Januari 2025

Nomor : 045.2/0060/2025

Sifat : -

Lampiran : -

Perihal : **Izin Riset**

Kepada Yth:

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidimpuan

di-

Tempat

Sehubungan dengan Surat Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidimpuan Nomor 94/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/01/2025 Tanggal 10 januari 2025 Perihal Mohon Izin Riset.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, kami dapat menerima mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidimpuan atas nama **Hikmah Nasution** untuk penelitian Skripsi di Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Padang Lawas, dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha Budaya Pepaya California di Desa Siraisan**

Demikian kami sampaikan diucapkan terimakasih atas kerjasamanya.

Plt. KEPALA DINAS KOPERASI UKM,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KABUPATEN PADANG LAWAS



IMRON SALEH SIREGAR, S.Sos, M.Si

PEMBINA TK.I

NIP. 19701119 199703 1 004

DOKUMENTASI

1. Wawancara Tidak Terseteruktur Dengan Distributor Buah Pepaya



2. Wawancara Tidak Terseteruktur Dengan Petani Buah Pepaya











**3. Wawancara Dengan Kepala Desa Siraisan, Kecamatan Ulu Barumun,
Kabupaten Padang Lawas.**



4. Wawancara Dengan Administrasi Daerah



5. Wawancara Dengan Dinas Perdagangan



6. Wawancara Matriks Berpasangan Berganda Dengan Para Petani









7. Wawancara SWOT Dengan Para Petani







8. Wawancara QSPM Dengan Para Petani







