

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DAN KELEMBANGAAN EKONOMI TERHADAP KEBERHASILAN PENGEMBANGAN AGRIBISNIS UBI JALAR

Ardiyanto¹, Euis Dasipah², Dety Sukmawati³, Zahra Nur Safa⁴

¹Kepolisian Resor Sumedang

^{2,3,4} Program Magister Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Winaya Mukti

(Received: 30-01-2025; Published: 28-02-2025)

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Sweet Potato Business Development Strategy and the Role of Economic Institutions on the Success of Sweet Potato Agribusiness Development. The unit of analysis is sweet potato farmers in Pamulihan District, Sumedang Regency. D8imbil respondents with simple random method sampling obtained 70 units. Analysis techniques are used path analysis (path analyze). The results of the study were obtained by the Sweet Potato Business Development Strategy Demonstration a set of objectives, policies, plans, and activities of companies or business actors consisting of dimensions: P product development; Market Development, Capital Development, Cooperation/Collaboration; and Sustainability obtained 77.82% Good criteria. Economic Institutional Demonstration related to Sweet Potato Business Development includes the following dimensions: Marketing Institution; Institutional Production Input Providers; Financial Institutions; Institutional Research and Technology; Institutional Processing; and the Institutional Farmer Group obtained an achievement rate of 77.41% Good criteria. Successful Development of Sweet potato agribusiness is an effort to adapt to market changes, expand business reach, and increase the business value of sweet potatoes. Consists of dimensions: Market Adaptation; Business Expansion; and Increased Business Value obtained an achievement level of 73.89% Good criteria. There is a positive relationship between the Business Development Strategy and the Sweet Potato Agribusiness Development Economic Institution which is shown by a correlation coefficient of 0.88. Sweet potato business development strategy and economic institutions have a positive effect on the success of sweet potato agribusiness development. The respective contributions are 45.65% and 33.30% indicating the contribution of the Sweet Potato Business Development Strategy is greater. Keyword: Strategy. Development. Institutional, Success, Sweet Potato

Keywords: Institutional Economics, Managerial Farmers, Success, Tubers netr \ Japan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pengembangan usaha ubi jalar dan peran kelembagaan ekonomi terhadap keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar. Unit analisis penelitian adalah petani ubi jalar di Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, dengan jumlah responden sebanyak 70 orang yang ditentukan melalui metode simple random sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha ubi jalar yang meliputi dimensi: pengembangan produk, pengembangan pasar, pengembangan permodalan, kerja sama/kolaborasi, serta keberlanjutan memperoleh nilai pencapaian sebesar 77,82% dengan kriteria baik. Demonstrasi kelembagaan ekonomi terkait pengembangan usaha ubi jalar yang terdiri atas dimensi: kelembagaan pemasaran, penyedia input produksi, lembaga keuangan, lembaga penelitian dan teknologi, lembaga pengolahan, serta kelompok tani memperoleh tingkat pencapaian sebesar 77,41% dengan kriteria baik. Keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar, yang mencakup dimensi adaptasi pasar, perluasan usaha, dan peningkatan nilai usaha, memperoleh capaian sebesar 73,89% dengan kriteria baik. Terdapat hubungan positif antara strategi pengembangan usaha dengan kelembagaan ekonomi dalam mendukung keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar, ditunjukkan oleh koefisien korelasi sebesar 0,88. Strategi pengembangan usaha dan kelembagaan ekonomi berpengaruh positif terhadap keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar, dengan kontribusi masing-masing sebesar 45,65% dan 33,30%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi

ISSN : 2776-8651 (media online)

strategi pengembangan usaha lebih besar dibandingkan dengan kelembagaan ekonomi. Kata kunci: strategi, pengembangan, kelembagaan, keberhasilan, ubi jalar

Kata kunci: Ekonomi Kelembagaan, Petani Manajerial, Keberhasilan, Umbi-umbian, Jaringan (Jepang)

PENDAHULUAN

Komoditas ubi jalar memegang peranan penting untuk dikembangkan secara agribisnis karena mempunyai banyak manfaat dan nilai tambah dimulai dari daun sampai pada umbinya. Dimana daunnya mempunyai manfaat untuk sayuran dan pakan ternak, sedangkan nilai tambah dari

umbinya cukup banyak yang dapat diperoleh dengan pengolahan ubi jalar mentah menjadi berbagai olahan seperti: keripik ubi jalar dan olahan makanan lainnya. Subsistem yang juga merupakan penunjang dari sistem agribisnis adalah pengolahan. Dalam penelitian ini pengolahan yang dimaksud adalah mengolah bahan baku ubi jalar menjadi keripik ubi jalar, dimana bertujuan untuk menambah pendapatan. Pengembangan agribisnis ubi jalar melibatkan subsistem pengadaan sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran dan subsistem kelembagaan penunjangnya (Sari, 2020).

Pengembangan agribisnis tidak hanya mengandalkan pada pemanfaatan kelimpahan sumber daya yang ada (*factor driven*) atau mengandalkan keunggulan komparatif (*comparative advantage*) saja, melainkan secara bertahap harus dikembangkan menjadi keunggulan bersaing melalui pengembangan mutu sumber daya manusia, teknologi, kelembagaan dan organisasi ekonomi lokal yang telah ada pada masyarakat setiap daerah (Dety Sukmawati, 2023). Dengan transformasi agribisnis seperti ini, kemampuan rakyat untuk menghasilkan produk-produk agribisnis yang saat ini masih didominasi oleh produk-produk yang bersifat *natural resources and unskill labor based*, secara bertahap beralih kepada produk-produk agribisnis yang bersifat *capital and skill labor based* dan kemudian kepada produk yang bersifat *knowledge and skill labor based*.

Pengembangan agribisnis akan berkontribusi dan mendorong perkembangan sektor ekonomi lain, menjadi andalan kegiatan ekonomi di hampir seluruh daerah, khususnya daerah perdesaan, menjadi andalan ekspor, dan merupakan pilar utama pelestarian lingkungan hidup atau daya

dukung sumberdaya alam dan lingkungan (Iman et al., 2024). Pertanian, perikanan, dan kehutanan mempunyai efek pengganda kedepan dan kebelakang yang besar, melalui keterkaitan '*input-output-outcome*' antar industri, konsumsi dan investasi (Permana et al., 2024).

Pengembangan agribisnis ubi jalar memiliki manfaat eknomiganda kepada petani, masyarakat maupun Negara. Peran kelembagaan yang sinergis sangat diperlukan dalam setiap subsistem agribisnis untuk membantu mengatasi masalah di tingkat produksi usahatani, agroindustri dan pemasaran , Pengembangan agribisnis yang

berorientasi ekspor dapat meningkatkan kualitas dan harga jual yang berimplikasi kepada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani, menciptakan nilai tambah, memperluas lapangan pekerjaan, dan meningkatkan devisa negara (Efendy & dkk, 2020)zakar.

Pengembangan agribisnis di daerah (perdesaan) diyakini akan dapat mendorong pemerataan pembangunan antar wilayah berdasarkan potensi sumber daya dan keunggulan paratifnya, meningkatkan perdagangan antar daerah, dan menciptakan efisiensi pemanfaatan sumber daya secara lebih baik (W A, 2003). Walaupun demikian pengembangan agribisnis di perdesaan banyak dihadapkan pada masalah. Secara khusus beberapa faktor kendala penghambat perubahan struktural ekonomi pedesaan antara lain:

1. Hak dan penguasaan sumber daya khususnya faktor produksi lahan merupakan masalah yang cukup serius. Disamping dikuasai oleh masyarakat terbatas, juga pemanfaatan kurang maksimal karena banyaknya pemilik lahan luar kecamatan.
2. Tingkat adopsi teknologi baru yang lambat dari masyarakat desa.
3. Tingkat keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki masyarakat desa masih rendah.
4. Kemampuan menghimpun dana/modal yang lemah. Disamping tingkat pendapatan yang kurang mencukupi untuk kebutuhan konsumsi keluarga, bagi keluarga yang mempunyai kelebihan pendapatan usahatani pemanfaatannya lebih banyak digunakan untuk pengeluaran yang bersifat konsumtif, sebaliknya kelangkaan modal sangat dirasakan.
5. Jiwa kewirausahaan masyarakat desa masih

relatif rendah.

6. Keadaan kelembagaan ekonomi dan sosial pedesaan yang belum mantap dan belum mapan (seperti lembaga keuangan formal). Keadaan sarana dan prasarana di pedesaan yang belum memadai, khususnya fasilitas transportasi, jaringan listrik dan air bersih.

7. Berkembang tidaknya agribisnis secara konseptual akan dimungkinkan sebagaimana disampaikan Rukmana, (2008), bahwa prospek pengembangan tanaman ubi jalar perlu didukung oleh: 1) perbaikan teknik budidaya melalui pengadaan dan penggunaan benih berkualitas (bersertifikat), jarak tanam ideal, pemupukan berimbang, pengendalian organisme pengganggu, dan rotasi tanaman; 2) penanganan produk seperti cara panen, cara penyimpanan, cara pengolahan dan diversifikasi produk olahan; 3) perluasan areal melalui penentuan agro-ekosistem yang sesuai baik di lahan sawah maupun di darat, serta rotasi tanaman; dan 4) perluasan pasar baik pasar lokal, antar daerah dan negara, standarisasi mutu (labelisasi), informasi pasar, *marketing development, promotion*, dan *intelligence*.

Kecamatan Pamulihan Kabupaten Sumedang adalah salah satu penghasil ubi jalar sebagai komoditas unggulan dan mempunyai nilai ekonomis tinggi. Pengembangan usahatani ubi jalar sebagai suatu sub sistem agribisnis mempunyai prospek yang cukup potensial dan menjanjikan terutama jika dilihat dari potensi wilayah, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusianya cukup mendukung. Selain itu laju permintaan terhadap produk ubi jalar terus bertambah dari tahun ke tahun sejalan dengan meningkatnya tingkat konsumsi di dalam negeri. Berkaitan dengan pengembangan agribisnis ubi jalar, maka diperlukan adanya strategi pengembangan bisnis pada aktivitas subsistem-subsistem utamanya maupun peran kelembagaan agribisnis pendukungnya (Downey & Erickson, 1989).

Keberadaan para petani ubi jalar memiliki peran sentral yang sangat penting. Para petani sebagian besar telah menjadi anggota kelompok tani sebagai wadah dan memiliki fungsi penting bagi petani.

Kelompok adalah suatu unit yang terdapat beberapa individu, yang mempunyai kemampuan untuk berbuat dengan kesatuannya dengan cara dan atas dasar kesatuan persepsi. Kelompok mempunyai keragaman dalam banyak hal, yakni ukuran, lamanya, nilai-nilai dari tujuan, ruang lingkup dan yang terpenting adalah keragaman dalam ukuran kelompok. Berkaitan dengan pengembangan agribisnis ubi jalar, maka keberadaan para petani dan perangkat

kelembagaan yang mendukungnya memiliki peran sentral yang sangat penting.

Keberadaan kelembagaan ekonomi di tingkat petani tidak saja untuk mendukung tercapainya keberhasilan usahatani saja, melainkan juga diperlukan untuk: meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis maupun manajerialnya. Para petani dengan kelembagaan kelompok tani sebagai wadah dan memiliki fungsi penting bagi petani.

Kelompok adalah suatu unit yang terdapat beberapa individu, yang mempunyai kemampuan untuk berbuat dengan kesatuannya dengan cara dan atas dasar kesatuan persepsi. Kelembagaan kelompok tani dan kelembagaan penyuluhan diharapkan mampu menjalankan fungsinya mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi melalui kegiatan penyuluhan-penyuluhan dan lainnya. Demikian juga dengan keberadaan kelembagaan yang bertugas dalam penyediaan input produksi; penyediaan modal; pemasaran dan sebagainya. Walaupun kegiatan usahatani ubi jalar Jepang pada dasarnya tidak berbeda seperti tanaman ubi jalar lainnya, tetapi di tataran lapangan memperlihatkan tingkat keterampilan dan keahlian yang beragam dan berbeda.

Hal ini akan mengakibatkan perbedaan dalam memperoleh capaian keberhasilan usahatannya. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa upaya-upaya pengembangan agribisnis ubi jalar oleh pelaku usaha khususnya para petani senantiasa dilakukan. Bentuk-bentuk upaya tersebut adalah dilakukan terhadap aspek adaptasi pasar, perluasan bisnis, dan peningkatan nilai bisnis. Capaian Keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar beragam sesuai dengan bekerjanya dan capaian dari upaya-upaya di atas.

1. Bagaimana keragaan Strategi Pengembangan Bisnis Ubi Jalar
2. Bagaimana keragaan Kelembagaan Ekonomi dalam pengembangan agribisnis ubi jalar
3. Bagaimana keragaan Keberhasilan Pengembangan Agribisnis ubi jalar
4. Apakah terdapat hubungan positif antara Strategi Pengembangan Bisnis dengan Kelembagaan Ekonomi pengembangan agribisnis ubi jalar.
5. Bagaimana pengaruh Strategi Pengembangan Bisnis dan Kelembagaan Ekonomi terhadap Keberhasilan Pengembangan agribisnis ubi jalar.

KERANGKA PEMIKIRAN

Hubungan Antara Strategi Pengembangan Bisnis Dengan keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar

Ubi jalar di Kecamatan Pamulihan merupakan salah satu komoditas unggulan masyarakat yang diusahakan setiap musim. Usahatani ubi jalar memperlihatkan perkembangannya dari waktu ke waktu terindikasi dari fenomena yang terjadi dimana para calon pembeli sudah berebut dan bersedia membeli hasilnya walaupun masih jauh dari tiba waktu panen. Oleh karenanya usahatani ubi jalar sangat perlu untuk terus dikembangkan. Pengembangan ubi jalar hendaknya dipandang dari perspektif agribisnis yaitu sebagai usaha terpadu mulai dari hulu sampai hilir dengan dukungan kelembagaannya baik berupa asosiasi maupun perangkat aturan-aturannya. Perspektif agribisnis mencakup seluruh kegiatan yang terpadu mulai dari subsistem input produksi; subsistem usahatani; subsistem pengolahan; dan subsistem pemasarannya.

Untuk mengembangkan agribisnis ubi jalar diperlukan strategi-strategi supaya diperoleh keberhasilan pengembangannya untuk jangka panjangnya. Strategi yang diperlukan adalah: strategi pengembangan produk; strategi pengembangan pasar; strategi pengembangan modal; strategi kerjasama/kolaborasi; dan strategi keberlanjutan.

Strategi pengembangan produk ubi jalar bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk

maupun produktivitasnya. strategi pengembangan produk dengan melakukan diferensiasi produk dan modifikasi produk yang sudah ada atau membuat produk baru yang berbasis ubi jalar. Pengembangan produk ubi jalar selain meningkatkan produktivitasnya, juga terjadi peningkatan varian-varian produk olahan sesuai keinginan konsumen, sehingga penjualan produk-produk ubi jalar akan berkembang.

Selanjutnya adalah pengembangan pasar yaitu upaya pengenalan produk-produk ubi jalar ke wilayah baru. Fokus dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang saat ini dijalankan dengan pertimbangan telah dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk pelanggan baru.

Strategi yang perlu dilakukan selanjutnya adalah strategi pengembangan modal baik berupa modal tetap maupun modal lancar bagi petani ubi jalar maupun pelaku usaha industry pengolahnya. Dengan penguatan modal bagi mereka berarti memberi kesempatan kepada petani dan pelaku usaha industry untuk mengembangkan skala usahanya. Penguatan modal usaha dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah alat dan mesin produksi dan modal kerja usaha sehingga volume produksi dan produktivitas dapat meningkat dan untuk memperbaiki kinerja usaha, produktivitas dan pengembangan suatu usaha karena modal adalah hal utama atau pokok dalam menjalankan kelangsungan usaha.

Strategi selanjutnya dalam pengembangan agribisnis ubi jalar adalah dilakukannya kerjasama dan kolaborasi berbasis kemitraan yang berbasis pada kesetaraan, saling menguntungkan dan saling membutuhkan. Penguatan kerjasama dan kolaborasi adalah penting baik pada internal sesama petani; antara petani dan pihak industry dan penyedia input produksi. Adanya kerjasama dan kolaborasi memungkinkan setiap masalah yang timbul pada setiap kegiatan oleh satu pihak akan dapat diatasi oleh pihak lain sehingga proses pengembangan usaha dapat terus berjalan.

Pengembangan agribisnis ubi jalar hendaknya memperhatikan aspek keberlanjutannya. Strategi keberlanjutan yang memperhatikan aspek manfaat

ekonomi, manfaat sosial dan manfaat ekologis. Dengan memperhatikan keberlanjutan, maka pengembangan bisnis ubi jalar sebagai bentuk aktivitas yang meningkatkan – atau bertujuan untuk meningkatkan – keuntungan, produksi, atau posisi pasar. Pengembangan bisnis

ubi jalar proses memajukan bisnis pada suatu titik dimana perusahaan dapat menyediakan barang dan jasa pada seluruh pihak eksternal yang membutuhkannya (Gantini et al., 2024). Pengembangan bisnis melingkupi seluruh aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk: Menciptakan nilai dan potensi pemasukan bagi perusahaan; Mengembangkan produk dan teknologi yang bisa dikomersialkan; dan Membangun relasi dengan rekanan, konsumen, dan pemangku kepentingan potensial, demi kepentingan perusahaan.

Secara umum, tujuan pengembangan bisnis adalah untuk menciptakan keuntungan melalui penciptaan bisnis dalam rangka memanfaatkan pasar dan kesempatan bisnis, serta untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Oleh karenanya berdasarkan pemikiran tersebut dapat ditarik proposisi bahwa dengan *semakin baik diterapkannya strategi pengembangan usaha ubi jalar yang meliputi: strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan modal, strategi kerjasama dan kolaborasi, dan strategi keberlanjutan maka akan dicapai keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar.*

Hubungan Kelembagaan Ekonomi Dengan Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar

Keberadaan kelembagaan ekonomi di tingkat petani sudah menjadi keniscayaan untuk memperbaiki taraf hidup, harkat dan martabatnya. Kelembagaan ekonomi petani harus ditempatkan sebagai sarana untuk mewujudkan harapan, keinginan, dan pemenuhan kebutuhan petani. Keberadaan Kelembagaan ekonomi petani yang efektif diharapkan mampu memberi kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan petani (Permana et al., 2024).

Fungsi dan peran kelembagaan ekonomi di

tingkat petani guna mendukung pencapaian keberhasilan usahatani ubi jalar akan sangat menentukan. Permasalahannya adalah sudah sejauhmana dan seberapa besar fungsi dan peran keberadaan kelembagaan ekonomi tersebut dalam mendukung kegiatan penjualan ke luar daerah atau mancanegara. Kelembagaan ekonomi yang berkaitan dengan pengembangan agribisnis ubi jalar adalah: Kelembagaan Pemasaran; Kelembagaan Input Produksi; Kelembagaan Keuangan;; Kelembagaan Pengolahan dan Kelompok Tani.

Keberadaan kelembagaan tersebut terwujud dalam pengertian baik sebagai asosiasi atau dalam segala aturan terkait dengan jenis kelembagaan tersebut. Oleh karenanya apabila fungsi dan peran masing-masing kelembagaan tersebut yang benar-benar efektif dalam mendukung semua kegiatan pada subsistem nya terdiri atas: subsistem input produksi; subsistem usahatannya; subsistem pengolahan; subsistem pemasarannya bahkan terkoneksi dengan pengembangan sector bisnis pariwisata dan kulinernya, maka pengembangan agribisnis ubi jalar akan diperoleh keberhasilan. Proposisi yang dapat disampaikan adalah: *Apabila kelembagaan ekonomi pendukung pengembangan agribisnis ubi jalar tersedia baik dalam wujud asosiasi maupun aturan dan mampu menjalankan perannya maka akan dicapai keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar.*

METODE PENELITIAN

Teknik Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah penelitian verifikatif (eksplanatori) yaitu suatu penelitian untuk membuktikan kebenaran hipotesis berdasarkan verifikasi data empirik di lapangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei yang dimaksud adalah survei terhadap sejumlah petani ubi jalar. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang dengan unit (subyek) analisisnya adalah petani yang menanam ubi jalar pada musim tanam (MT) bulan Juni –Agustus 2023. Sedangkan yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah variabel pokok

penelitian ini yaitu: Strategi Pengembangan Bisnis; Kelembagaan Ekonomi, dan Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar..

Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, variabel - variabel penelitian yang akan diteliti diEkonominakan menjadi tiga faktor yaitu:

1. **Variabel X_1** , yaitu **Strategi Pengembangan Bisnis** adalah sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas perusahaan atau pelaku usaha yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis atau mencapai kesuksesan bisnis. Terdiri atas dimensi: Pengembangan Produk; Pengembangan Pasar; Pengembangan Modal; Kerjasama /Kolaborasi; dan Keberlanjutan
2. **Variabel X_2** , yaitu, **Kelembagaan Ekonomi**, adalah asosiasi (organisasi) atau norma, (aturan, prosedur), yang mengatur perilaku pelaku usaha guna terpenuhinya kebutuhan pelaku usaha terkait dengan pengembangan agribisnis ubi jalar. Terdiri atas dimensi: Kelembagaan Pemasaran; Kelembagaan Penyedia Input produksi; Kelembagaan Keuangan; Kelembagaan Ristek; Kelembagaan Pengolahan; Kelembagaan Kelompok Tani.
3. **Variabel Y** , yaitu **Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar** adalah suatu upaya untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, memperluas jangkauan bisnis, dan meningkatkan nilai bisnis ubi jalar. Terdiri atas dimensi: Adaptasi Pasar; Perluasan Bisnis; Peningkatan Nilai Bisnis.

Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 berbunyi: Terdapat korelasi positif antara Strategi Pengembangan Bisnis dan Kelembagaan Ekonomi dalam Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar akan diuji dengan analisis korelasi pearson. Hal tersebut karena data ordinal telah ditingkatkan terlebih dahulu menjadi data interval.

Tempat Penelitian

Penelitian ini direncanakan dilakukan pada petani ubi jalar yang berada di Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang. Alasan

dipilihnya lokasi tersebut adalah Kecamatan Pamulihan memberikan kontribusi terbesar kedua terhadap produksi ubi jalar di Kabupaten Sumedang

Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian ini sekitar 3 (tiga) bulan dari bulan Desember 2023 sampai dengan Februari 2024 mulai dari tahap persiapan sampai penyusunan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Strategi Pengembangan Bisnis Terhadap Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar

Pengaruh (kontribusi) total yang terdiri atas pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel Strategi Pengembangan Bisnis Terhadap Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar sebesar 43,65 %. Kontribusi tersebut cukup besar. Hal tersebut menginformasikan bahwa diperlukan Strategi untuk mencapai keberhasilan pengembangan agribisnis ubi jalar.

Strategi tersebut dirumuskan mulai dari tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas perusahaan atau pelaku usaha yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis atau mencapai kesuksesan bisnis. Terdiri atas dimensi: Pengembangan Produk; Pengembangan Pasar; Pengembangan Modal; Kerjasama /Kolaborasi; dan Keberlanjutan.

Dalam hal pengembangan produk, maka para pelaku usaha mulai dari Inovasi terhadap pengembangan produk segar ubi jalar (*on farming*) diperoleh capaian 69,46 % kriteria Baik memang masih belum memperlihatkan angka yang memuaskan dan perlu untuk ditingkatkan. Akan tetapi petani telah melakukan upaya-upaya pengembangannya dalam aspek budidaya, antara lain dikembangkannya beberapa jenis ubi jalar ungu, ubijalar rancing baik yang organik maupun non organik.

Selanjutnya dalam Inovasi terhadap pengembangan produk olahan sudah mulai banyak dikembangkan, antara lain adanya

beragam produk olahan berbahan ubi jalar, antara lain: keripik ubi jalar dengan beragam rasa; chip ubi jalar, bolu dari ubi jalar; tepung ubi jalar dan es krim ubi jalar dan lain-lainnya

Pengaruh Kelembagaan Ekonomi Terhadap Terhadap Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar

Pengaruh total (langsung dan tidak langsung) variabel Peran Kelembagaan Ekonomi terhadap Keberhasilan Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar diperoleh sebesar 33,30 %, yang dikontribusi dari dimensi: Kelembagaan Pemasaran; Kelembagaan Penyedia Input produksi; Kelembagaan Keuangan; Kelembagaan Ristek; Kelembagaan Pengolahan; Kelembagaan Kelompok Tani.

Keberadaan kelembagaan ekonomi terkait dengan pengembangan agribisnis ubi jalar relative memadai walaupun diakui petani dalam hal efektivitasnya masih perlu ditingkatkan. Sebagaimana hasil analisis deskriptifnya diperoleh capaian Kelembagaan Ekonomi sebesar 77,41 % criteria Baik. Keberadaan kelembagaan-kelembagaan tersebut di tingkat petani sangat penting dalam menunjang atau mendukung kegiatan agribisnis ubi jalar.

KESIMPULAN

1. Keragaan Strategi Pengembangan Bisnis Ubi Jalar sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas perusahaan atau pelaku usaha terdiri atas dimensi: Pengembangan Produk; Pengembangan Pasar, Pengembangan Modal, Kerjasama /Kolaborasi; dan Keberlanjutan diperoleh capaian 75,75 % criteria Baik.
2. Keragaan Kelembagaan Ekonomi berkaitan dengan Pengembangan Bisnis Ubi Jalar meliputi dimensi: Kelembagaan Pemasaran; Kelembagaan Penyedia Input produksi; Kelembagaan Keuangan; Kelembagaan Ristek; Kelembagaan Pengolahan; dan Kelembagaan Kelompok Tani diperoleh tingkat capaian 77,68 % criteria Baik.
3. Keragaan Keberhasilan Pengembangan Agribisnis ubi jalar adalah

suatu upaya untuk

beradaptasi dengan perubahan pasar, memperluas jangkauan bisnis, dan meningkatkan nilai bisnis ubi jalar. Terdiri atas dimensi: Adaptasi Pasar; Perluasan Bisnis; dan Peningkatan Nilai Bisnis diperoleh tingkat capaian 73,89 % criteria Baik.

4. Terdapat hubungan positif antara Strategi Pengembangan Bisnis dengan Kelembagaan Ekonomi Pengembangan Agribisnis Ubi Jalar yang ditunjukkan koefisiensi korelasi 0,88.

5. Strategi Pengembangan Bisnis Ubi Jalar dan Kelembagaan Ekonomi berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Pengembangan agribisnis ubi jalar. Kontribusi masing-masingnya adalah 45.65% dan 33.30% mengindikasikan kontribusi Strategi Pengembangan Bisnis Ubi Jalar lebih besar.

SARAN

1. Peran Kelembagaan Pendukung Pengembangan Agribisnis memperlihatkan masih harus ditingkatkan, terutama adalah Kelembagaan Keuangan atau permodalan dan Kelembagaan Pemasaran. Salah satu bentuk operasional adalah agar lebih sering ikut serta dan atau mengadakan bazaar atau dalam pameran-pameran.
2. Keberhasilan Pengembangan agribisnis ubi jalar masih memperlihatkan capaian yang belum sebagaimana yang diharapkan terutama dalam aspek/dimensi: Perluasan Bisnis pelaku usaha baik pada *on farming* maupun *off farming*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, 2016. *Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM*. Bandung: Pustaka Belajar.
- Andi Baso, Haeruddin, dan Devi Lestari. 2022. *Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Jalar Ungu (Ipomoea Batatas L) Pada Usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa*. Jurnal Peqguruang. Vol 4, No 2 (2022).
- Asnawi S. 2002. *Teori Motivasi dalam Pendekatan Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Studia Press.
- Benedicta Prihatin Dwi, Riyanti. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.

BPS Kabupaten Sumedang.2022. *Kabupaten Sumedang. Dalam Angka*, Sumedang.

Bungaran Saragih. 1997. *Tantangan dan Strategi Pengembangan Agribisnis di Indonesia*. Jurnal Agribisnis, I (1 & 2), Januari – Juni dan Juli-Desember 1997

Dian Rahmalia, dkk,2023. *Strategi Pengembangan Agribisnis Lada Hitam Lampung*. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis. Vol 11, No 1 (2023)

Dian Novita Sari, dkk 2020. *Agribisnis Ubi Jalar di Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur*.Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Vol. 21 No. 2: Agustus 2020.

Doll JP, Orazem F. 1984. *Production Economics: Theory with Applications*. Second Edition. JohnWiley & Sons Inc (US): United States of America.

Downey dan Erickson. 1989. *Manajemen Agribisnis*, Penerbit Erlangga. Jakarta-Indonesia.

Effendy, E dkk. 2020. *Keragaan Kelembagaan Pertanian dan Model Pengembangan Agribisnis Nilam Aceh*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. [Vol 4, No 4 \(2020\)](#)

Ekaria.2019. *Strategi Pengembangan Agribisnis Holtikultura Pada Lembaga Mandiri Yang Mengakar di Masyarakat*. Jurnal Ilmiah agribisnis dan Perikanan (agrikan UMMU-Ternate) Volume 10 Nomor 2 Oktober 2019

Ellis, Frank.1994. *Agricultural Policies in Developing Countries*. Cambridge University Press.New York, USA.

Gomez, K. A dan AA. Gomez, 1995. *Prosedur Statistik Untuk Pertanian* (Edisi ke-2). Sjamsuddin, E. J.S. Barhasjah (Penerjemah) Jakarta: Penerbit Statistical Procedures ForAgricultural Research.

Griffin, Ricky W. (Terjemahan Gina Gania). 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Henry Faizal Noor. 2007. *Ekonomi manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Hernanto, Fadholi. 2004. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta

Heru S, Analisis.2007. *SWOT: Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,

Hidayatullah, R.M, Euis Dasipah dan Karyana KS. 2022. *Keberhasilan Agribisnis Ubi Jalar (Ipomoea batatas, Poir) di Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat*. Jurnal Orchidagro. Vol. 2 No. 2, Bulan Agustus Tahun

2022

Hubeis, A.V.S. 2000. *Suatu Pikiran Tentang Kebijakan Pemberdayaan Kelembagaan Petani*. Deptanhut. Jakarta.

Ibrahim, J.T., Armand Sudiyono, dan Harpowo. 2003. *Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian*. Banyumedia Publishing. Malang.

John A. Pearce II, 2014. *Manajemen Strategik*, Jakarta: Salemba Empat.

Kasmir dan Jakfar.2016. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Kementrian Pertanian. 2019. *Rencana strategis Kementrian Pertanian RI.2020-2024*. Jakarta.

Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks.

Lawrence R, Jauch & William F Glueck.2010. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga,

Malayu S.P. Hasibuan. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Bumi Aksara, Mardikanto, T. 2009. *Sistem Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. UNS Press. Surakarta.

Mauludin, M., S. dan Ayu Wulandini P., P. 2021. *Analisis Manajemen Pendistribusian Dana Zakat Infaq Shodaqoh diBaitul Maal Hidayatullah Dalam Mensejahterakan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19*'Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam, 2.1 (2021), 142. 9 Ibid, 34.

Mosher, A.T. 2002. *Mengerakkan Dan Membangun Pertanian*, CV Yusa Guna, Jakarta,

Mubarok, M, R.dkk. 2023.*Analisis Kinerja Dan Strategi Pengembangan Koperasi Pertanian Seandanan Kabupaten Pesawaran*. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis. Vol 11, No 1 (2023)

Mubyarto. 1989. *PengantarEkonomiPertanian*. EdisiKetiga. LP3ES. Jakarta.

Muhamad Fathun Munier, M. Saleh S. Ali dan Darmawan Salman. 2018. *Relasi Antara Modal Sosial Penyuluh Dan Keberhasilan Penyuluhan Pertanian: Kasus Desa Limbung Dan Desa Tubajeng, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan*. Jurnal social Ekonomi Pertanian Vol 14 No 2 (2018): Juni 2018.

Pranadji, T. 2016. *Kerangka Kebijakan Sosio-Budaya Menuju Pertanian 2025 ke Arah Pertanian Pedesaan Berdaya Saing Tinggi, Berkeadilan dan Berkelanjutan*. Forum Penelitian Agro Ekonomi

- Puslitbangtan.2000. *Inovasi Teknologi Tanaman Pangan dalam Memantapkan Ketahanan Pangan dan Mengembangkan Agribisnis*. Puslitbangtan. Badan Litbang Pertanian. Bogor
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Rangkuti, Freddy.2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama;
- Ranti I Songi, Mahludin B., Asda R.2018. *Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah di Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo*.Jurnal Agrinesia [VOL 3, NO 1, 2018](#).
- Rian Saputra dan Fahrial. 2021. *Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Usahatani Ubi Kayu diKelurahan Balai Raja Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau*. Jurnal Dinamika Pertanian Edisi XXXVII Nomor 3 Desember 2021
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Rumelt, Richard P. 1993. "Evaluating Business Strategy" (Revisi dari "The Evaluation of Business Strategy"), Business Policy and Strategic Management. New York: McGraw-Hill.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Satriani, Lukman Effendy dan Elih Juhdi Muslihat. 2013. *Motivasi Petani Dalam Penerapan Teknologi PTT Padi Sawah (Oryza Sativa L) Di Desa Gunung Sari Provinsi Sulawesi Barat*. Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian. Journal: 4
- Suryana. (2011). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Bandung: Salemba Empat
- Rodrik, D., (2000), "Institutions for high-quality growth: What they are and how to acquire them", *Studies in Comparative International Development*, Fall 2000, 35 (3), pp 3-31
- Siti Halimah & Slamet Subari. 2020. *Peran Penyuluh Pertanian Lapang Dalam Pengembangan Kelompok Tani Padi Sawah* (Studi Kasus Kelompok Tani Padi Sawah diDesa Gili Barat Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan). Jurnal Agriscience Volume 1 Nomor 1 Juli 2020
- Soeharjo A dan Dahlan Patong, 1989. *Sendi-sendi Pokok Ilmu Usahatani*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Soekartawi. 2001. *Prinsip-Prinsip Dasar Ilmu Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press. Jakarta.
- Suciati A. Sumadi dan Djamali. 2023. *Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Bawang Merah di Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Agrinika VOL. 6 NO. 1 (2022): Maret 2022.
- Sukino. 2013. *Membangun Pertanian dengan Pemberdayaan Masyarakat Tani Terobosan Menaggulangi Kemiskinan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Syafriani dan Elfira Hermia, 2022. *Pengembangan Usaha Petani Ubi Ungu Di Rokan Hilir*.Jurnal Medika. Vol. 2 No. 1 (2023): Maret 2023
- Syahyuti. 2007. *Kebijakan Pengembangan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Sebagai Kelembagaan Ekonomi di Perdesaan*. Analisis Kebijakan Pertanian 5(1): 15-35.
- Syahyuti. 2008. *Peranan Modal Sosial (Social Capital) dalam Perdagangan Hasil Pertanian*. Forum Penelitian Agro-Ekonomi 26(1): 32-43
- Tim Penyusun. 2018. *Pedoman Penulisan Tesis*. Program Studi Magister Agribisnis. Fakultas Pertanian.Universitas Winaya Mukti. Sumedang.
- The SmartSims.com Team. 2000. *Mike's Bike: Integrated Business Learning Online (2nd Edition)*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Teece, David J. 2010. "Business Models, Business Strategy and Innovation," *Long Range Planning* 43 (2010) hal. 172 – 194.
- Zakaria W.A. 2003.*Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Kunci Kesejahteraan Petani*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung.