

Strategi Pengembangan Agribisnis Kelompok Petani Milenial di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta

Agribusiness Development Strategy Milenial Farmers Group in Sleman District Special Region of Yogyakarta

Tiara Dhini Adhisti, Rajiman, Sukadi

Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang
Jl. Kusumanegara No 2, Tahunan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, DIY
email: tiaradhini45@gmail.com

ABSTRAK

Kajian bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis kelompok petani milenial. Kajian dilaksanakan bulan Februari s.d. April 2020 di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengumpulan data adalah wawancara dan kusioner. Penentuan sampel dilakukan secara sensus. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis SWOT. Hasil kajian menunjukkan bahwa penilaian IFAS dan EFAS yang dilakukan pada pengembangan agribisnis kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman menghasilkan titik temu berada pada sel V yakni *Growth*. Berdasarkan sel V diperoleh empat strategi prioritas sesuai integrasi horizontal, yakni pengembangan pemasaran melalui digital marketing, peningkatan kemitraan pemasaran, pengembangan sistem budidaya pertanian modern, dan pengembangan inovasi pertanian alami/organik. Berdasarkan empat strategi, terpilih satu strategi prioritas yakni pengembangan pemasaran melalui *digital marketing*.

Kata Kunci: Agribisnis, Petani Milenial, SWOT

ABSTRACT

The study aims to formulate strategies for developing millennial farmer groups agribusiness. The study was conducted in February until April 2020 in Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. Data collection methods were interviews and questionnaires. Determination of the sample was done by census. Data analysis was performed using SWOT Analysis. The results of the study showed that the IFAS and EFAS value carried out on developing millennial farmer groups agribusiness in Sleman Regency produce a rally point in V cell of growth. Based on V cell, there were four priority strategies according to horizontal integration, namely marketing development through digital marketing, enhancing marketing partnerships, developing modern agricultural cultivation systems, and developing natural / organic agricultural innovations. Based on these four strategies, a priority strategy is chosen namely marketing development through digital marketing.

Keywords: Agribusiness, Millennial Farmer, SWOT

PENDAHULUAN

Usaha pertanian tidak dapat dilepaskan dari peran sumberdaya manusia pertanian, khususnya petani. Seiring dengan perkembangan jumlah penduduk yang semakin meningkat juga membutuhkan pangan yang semakin banyak. Permintaan pangan yang meningkat dibutuhkan pengembangan agribisnis. Sumberdaya manusia pertanian, khususnya petani saat ini didominasi oleh petani yang berusia relatif tua, sehingga cenderung tidak produktif. Menurut Survei Pertanian Antar Sensus (SUTAS) (2018) bahwa petani atau penduduk yang memiliki usaha pertanian berusia milenial hanya sebesar 34,18% sedangkan petani yang berusia diatas 44 tahun sebesar 65,82%. Di samping itu menurut Badan Pusat Statistik (2018) bahwa generasi milenial yang bekerja pada lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan menunjukkan tren yang menurun selama tahun 2015-2017 secara berturut-turut sebesar 25,78%, 23,73%, dan tahun 2017 sebesar 21,95%.

Penurunan minat generasi milenial di bidang pertanian juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut SUTAS (2018) bahwa petani atau penduduk yang memiliki usaha pertanian berusia milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta hanya sebesar 16,86% sedangkan petani yang berusia diatas 44 tahun sebesar 83,14%. Jika petani milenial terus menurun, tentu sektor pertanian di Daerah Istimewa Yogyakarta akan stagnan. Hal ini kemungkinan akan terjadi karena di Daerah Istimewa Yogyakarta hanya didominasi petani-petani berusia lanjut yang pada umumnya kurang terampil dalam menerapkan teknologi-teknologi masa kini.

Kementerian Pertanian melalui Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian mempunyai program untuk menumbuhkan minat generasi muda dalam bekerja di bidang pertanian demi keberlangsungan pertanian di masa mendatang yang disebut dengan penumbuhan dan penguatan petani milenial. Mendukung program pemerintah tersebut, Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu wilayah yang mendapat target untuk menciptakan kelompok petani milenial demi keberlangsungan sektor pertanian masa depan. Tiap-tiap Kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta melakukan penumbuhan dan penguatan petani milenial.

Petani milenial adalah petani yang mampu memanfaatkan teknologi dan inovasi cerdas (*smart farming* atau *digital farming*) dalam pengolahan lahan, penanaman pemeliharaan, monitoring, panen, pengolahan hasil (peningkatan nilai tambah) dan pemasaran produk. Pemanfaatan teknologi dan *smart farming* ditujukan untuk menjadikan pertanian lebih efisien, menguntungkan dan ramah lingkungan secara berkelanjutan. Ringkasnya, kerja lebih sedikit tapi memberi keuntungan yang lebih besar (Simamarta, 2019).

Menurut Santoso (2019) petani milenial merupakan salah satu program pemerintah yang ditujukan kepada generasi muda agar tertarik mengelola pertanian secara modern. Program ini juga didukung dengan program-program lain seperti program intensifikasi, yakni meningkatkan produktivitas lahan dengan memberikan varietas unggul dan pupuk, serta inovasi teknologi budidaya dari berbagai subsektor. Selain itu, mekanisasi pertanian juga digerakkan untuk mengantisipasi kekurangan tenaga kerja yang mulai dirasakan saat panen dan penanaman tanaman pangan. Mekanisasi meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya sehingga biaya yang dikeluarkan menjadi lebih ekonomis. Paradigma baru tersebut diharapkan mampu mengubah persepsi bahwa menjadi petani kurang bergengsi. Manajemen pertanian pun diarahkan menuju manajemen yang modern dan memfungsikan kelompok tani sebagai basis kelompok dan pusat inovasi dan simpul koordinasi dengan stakeholder.

Karakteristik petani milenial antara lain: (1) petaninya mahir teknologi digital (digital farmer) (2) kegiatan on farm merupakan padat modal dan teknologi atau inovasi, (3) pengolahan hasil (agroindustri) berbasis inovasi untuk meningkatkan daya saing, nilai tambah dan benefit, dan (4) pemasaran efisien dengan memanfaatkan teknologi informasi/digital. Negara maju dengan dukungan sumber daya terampil dan teknologi berbasis inovasi (innovation based technology) akan semakin merajai dan menjadi produsen pangan dunia dan mampu mendesak atau menggeser produk-produk pertanian negara berkembang (Simamarta, 2019).

Kabupaten Sleman dan Kabupaten Kulonprogo merupakan dua kabupaten yang lebih dahulu melaksanakan bimtek penumbuhan dan penguatan petani milenial. Diantara kedua kabupaten yang sudah terbentuk kelompok petani milenial, Kabupaten Sleman memiliki peserta lebih banyak yakni 34 anggota petani milenial (Dinas Pertanian Kab. Sleman, 2019).

Kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman telah terbentuk sejak awal bulan Oktober 2019. Masing-masing kelompok memiliki komoditas pilihan yang diusahakan berupa budidaya hortikultura, tanaman pangan, hingga pengolahan pasca panen. Namun berdasarkan fakta di lapangan kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman yang baru terbentuk dan masih dalam perintisan ini belum mengembangkan usahanya secara optimal. Manajemen kelompok petani milenial belum berjalan secara baik, pemasaran belum luas, dan sebagian besar kelompok belum memiliki lembaga penunjang atau kemitraan usaha. Sehingga dibutuhkan adanya strategi yang dapat mengembangkan usaha kelompok petani milenial menjadi agribisnis yang ideal.

Berdasarkan uraian masalah maka perlu dilakukan kajian tentang “Strategi Pengembangan Agribisnis Kelompok Petani Milenial di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui strategi prioritas yang tepat untuk pengembangan agribisnis kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman.

METODE KAJIAN

Kajian mengambil lokasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Februari – April 2020. Kajian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Lokasi tingkat kabupaten dan kelompok petani milenial ditentukan dengan sengaja (*purposive*) yaitu kelompok yang mengikuti program bimtek pertumbuhan dan penguatan petani milenial dengan jumlah peserta terbanyak yakni 34 petani milenial pada bulan Oktober 2019 (Dinas Pertanian, Pangan, dan Perikanan Kabupaten Sleman, 2019). Pemilihan responden petani pada kajian ini menggunakan metode sensus atau sampling total.

Pengambilan data menggunakan metode wawancara dengan panduan kuesioner. Wawancara dengan kuesioner untuk pengambilan data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari BPS (Badan Pusat Statistik), Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta, Dinas Pertanian Sleman, dan Polbangtan Yogyakarta Magelang.

Analisis data dalam kajian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dari agribisnis kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Tahap dalam analisis SWOT ada tiga, yakni: (1) Tahap Input Data menggunakan Matriks IFAS dan EFAS, (2) Tahap Pencocokan menggunakan Matriks

IE dan Matriks SWOT, dan (3) Tahap Keputusan menggunakan Metode USG. Menurut Kamaluddin dkk (2018), USG adalah salah satu alat untuk menyusun urutan prioritas isu yang harus diselesaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Responden kajian merupakan petani milenial yang menjadi peserta pada Bimtek Pertumbuhan dan Penguatan Petani Milenial di Kabupaten Sleman yakni sebanyak 34 peserta. Penelitian dilakukan pada 8 kelompok petani milenial yang merupakan output dari Bimtek Pertumbuhan dan Penguatan Petani Milenial Kabupaten Sleman. Karakteristik responden kajian adalah semua memiliki usia produktif yaitu 1939 tahun sebesar 100 %. Pada aspek tingkat pendidikan, mayoritas atau sebesar 65% responden adalah lulusan SLTA dan untuk lulusan SLTP dan Perguruan Tinggi adalah sebesar 18%. Luas lahan garapan petani responden 100% termasuk dalam kategori lahan yang sempit (<0,5 ha). Ditinjau dari aspek pengalaman bertani sebesar 59% petani responden memiliki pengalaman bertani kurang dari 5 tahun, dan 41% responden yang lain memiliki pengalaman bertani sekitar 5-10 tahun. Ditinjau dari aspek status kepemilikan lahan mayoritas status kepemilikan lahan usaha kelompok petani milenial atau sebesar 47% adalah lahan milik sendiri, 41% responden menyatakan bahwa lahan usaha kelompok adalah lahan sewa, dan 12% responden menyatakan bahwa lahan usaha kelompok adalah lahan bagi hasil.

2. Strategi pengembangan

Agribisnis dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pengaruh internal merupakan faktor yang berasal dari diri sendiri, sedangkan faktor eksternal merupakan yang diluar diri petani. Strategi pengembangan agribisnis kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dimulai dari penentuan faktor internal dan eksternal melalui wawancara dengan 34 responden yang kemudian dilakukan penentuan rating oleh perwakilan responden yang selanjutnya hasil dari rating digunakan untuk menentukan pembobotan menggunakan metode *Paired Comparison*. Setelah itu dilakukan penyusunan strategi sesuai dengan analisis faktor internal dan eksternalnya. Dari beberapa alternatif strategi kemudian dilakukan tahap penentuan prioritas strategi menggunakan metode USG untuk menentukan strategi prioritas pengembangan agribisnis kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman.

Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari agribisnis kelompok petani milenial. Faktor internal meliputi faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan agribisnis kelompok petani milenial. Faktor yang lain adalah faktor eksternal meliputi faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman kelompok petani milenial dalam menjalankan agribisnisnya. Seperti yang dikemukakan Rangkuti (2017) bahwa dalam perumusan strategi perlu mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi.

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal Agribisnis Kelompok Petani Milenial

Hasil Wawancara	
Faktor Internal	Faktor Eksternal
A. Sub Sistem Sarana Produksi	A. Sub Sistem Sarana Produksi
1. Anggota kelompok petani milenial mengerti kondisi	1. Belum ada kebijakan sarana produksi yang bahan baku yang baik untuk usaha di bidang memberikan pengaruh yang cukup berarti untuk pertanian keberlanjutan usaha kelompok petani milenial
2. Bahan baku usaha kelompok terpenuhi karena lokasi	2. Bantuan sarana produksi dari dinas masih terbatas usaha dekat dengan Toko Pertanian jika untuk usaha petani milenial
3. Kelompok masih menggunakan alat yang sederhana dan tradisional untuk proses produksi agribisnis	
4. Anggota kelompok petani milenial sudah pernah (belum ada sentuhan teknologi digital)	
B. Sub Sistem Pengolahan Hasil	B. Sub Sistem Pengolahan Hasil
1. Kelompok petani milenial belum menerapkan teknologi pemasaran online yang sudah didapatkan Pemasaran karena pelatihan yang diberikan belum mendetail	1. Penyuluh dan dinas setempat sudah memberikan mendapatkan pelatihan teknologi pemasaran online informasi mengenai penanganan pasca panen dan pengolahan hasil produk pertanian
2. Harga produk fluktuatif karena tidak ada kebijakan pemerintah tentang harga-harga produk pertanian	2. Kondisi persaingan produk pertanian relatif aman berkelompok karena lokasi anggota yang berjauhan tetapi komunikasi masih berjalan baik karena ada group Whatsapp
3. Tenaga kerja ahli di wilayah tempat usaha kurang	3. 3. Permintaan produk pertanian selalu ada karena tersedia pangan merupakan kebutuhan masyarakat sehari-hari
4. Anggota kelompok petani milenial mengetahui	D. Sub Sistem Lembaga Penunjang kondisi lokasi usaha pertanian yang baik
5. Lokasi usaha kelompok sudah strategis	1. Penyuluh dan dinas terkait sudah pernah memberikan informasi mengenai lembaga penunjang agribisnis dalam hal permodalan
6. Anggota kelompok petani milenial sudah mengetahui bagaimana manajemen usaha yang baik	2. Jalur akses lembaga penunjang mudah

Faktor Internal	Faktor Eksternal
A. Sub Sistem Sarana Produksi	A. Sub Sistem Sarana Produksi
7. Kelompok petani milenial belum menerapkan manajemen usaha yang baik	3. Proses kerjasama dengan lembaga penunjang membutuhkan proses yang relatif lama
C. Sub Sistem Pengolahan Hasil	4. Pemerintah daerah mendukung program petani milenial
8. Kelompok belum menerapkan penanganan pasca panen untuk produk usaha yang dihasilkan (tidak ada sortasi, grading, dan pengemasan yang menarik)	5. Dinas setempat kurang memberikan bimbingan mengenai inovasi untuk meningkatkan hasil produksi pertanian
D. Sub Sistem Pemasaran	
1. Sumber modal berasal dari swadaya dan bantuan dari dinas terkait	
2. Permodalan lancar belum ada kendala yang berarti	
E. Sub Sistem Lembaga Penunjang	
1. Kelompok petani milenial sudah memiliki lembaga penunjang agribisnis (Penyuluh, Lembaga Pemasaran, Lembaga Sarana Produksi)	

Sumber: Olahan Data Primer (2020)

Tahap input data dimulai dari identifikasi faktor internal dan eksternal kemudian di input kedalam matriks IFAS dan EFAS. Rekapitulasi hasil wawancara untuk menentukan faktor internal berupa *Strengths* dan *Weakness* serta faktor eksternal berupa *Opportunities* dan *Threats* ditinjau dari lima subsistem agribisnis dapat dilihat pada Tabel 1.

Setelah faktor internal dan eksternal teridentifikasi, selanjutnya dilakukan penyusunan Matriks IFAS dan EFAS. Berdasarkan kondisi internal dapat disusun analisis faktor internal. Hasil analisis faktor internal disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa pengertian bahan baku memiliki rating yang tertinggi. Faktor internal agribisnis kelompok petani milenial yang menjadi kekuatan adalah kelompok petani milenial mengerti kondisi bahan baku usaha yang baik, bahan baku usaha tersedia, sudah mendapatkan penyuluhan digital marketing, mengerti kondisi lokasi usaha pertanian yang baik, kondisi lokasi usaha strategis, sumber modal berasal dari swadaya dan bantuan dari dinas terkait, permodalan lancar, mengerti manajemen usaha yang baik dan memiliki lembaga penunjang agribisnis sedangkan yang menjadi kelemahan adalah proses produksi masih menggunakan alat sederhana, belum menerapkan *digital marketing*, belum menerapkan manajemen usaha yang baik dan sesuai, anggota kelompok kurang memiliki motivasi dalam meneruskan usaha berkelompok, tenaga kerja ahli di wilayah sekitar usaha kurang tersedia, serta belum menerapkan penanganan pasca panen.

Tabel 2. Faktor Strategi Internal/IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan				
1. Mengerti kondisi bahan baku usaha pertanian yang baik	,134	4	0,536	Kondisi bahan baku yang baik
2. Bahan baku usaha pertanian tersedia	0,066	3	0,198	Lokasi usaha dekat toko
3. Sudah mendapatkan penyuluhan <i>digital marketing</i>	,082	3	0,246	Saat bimtek petani milenial
4. Mengerti kondisi lokasi usaha pertanian yang baik	0,083	3	0,249	yang strategis, akses mudah, dekat dengan pasar maupun dengan lokasi bahan baku.
5. Kondisi lokasi usaha strategis aksesnya mudah, dekat dengan jalan	,076	3	0,228	Kondisi lokasi usaha strategis aksesnya mudah, dekat dengan jalan raya, dekat dengan pasar dan lokasi bahan baku.
6. Sumber modal berasal dari swadaya dan bantuan dari dinas terkait milenial	,084	3	0,252	Dana bantuan untuk kelompok petani
7. Mengerti manajemen usaha yang baik	0,063	3	0,189	Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian
8. Memiliki lembaga penunjang agribisnis	0,076	3	0,228	Lembaga penunjang dalam hal pemasaran produk, lembaga penyedia bahan baku, lembaga pelatihan seperti penyuluh pertanian dan dinas pertanian
9. Permodalan lancar	0,007	2	0,014	Modal cukup
Kelemahan				
1. Proses produksi masih menggunakan alat sederhana	0,057	2	0,114	Belum menggunakan alsintan
2. Belum menerapkan teknologi <i>digital marketing</i>	0,051	2	0,102	Memilih dijual pada pengepul yang lebih cepat

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
3. Belum menerapkan manajemen usaha yang baik dan sesuai	0,051	2	0,103	Tidak semua anggota kelompok berperan aktif
4. Anggota kelompok kurang motivasi dalam meneruskan usaha berkelompok	0,056	2	0,113	Sudah memiliki usaha masing-masing sebelum berkelompok
5. Tenaga kerja ahli di wilayah sekitar usaha kurang tersedia	0,059	2	0,118	Banyak yang lebih memilih untuk bekerja menjadi buruh pabrik
6. Belum menerapkan penanganan pasca panen secara maksimal	0,007	3	0,021	Panen langsung diambil oleh tengkulak
Total	1		2,711	

Sumber: Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan kondisi Eksternal dapat disusun analisis faktor eksternal. Hasil analisis faktor eksternal disajikan pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa dukungan pemerintah daerah memiliki rating yang tertinggi. Faktor eksternal agribisnis kelompok petani milenial yang menjadi peluang adalah adanya kebijakan sarana produksi yang belum memberikan pengaruh berarti dalam agribisnis kelompok, penyuluh dan dinas sudah memberikan informasi mengenai penanganan pasca panen dan pengolahan hasil produk pertanian, persaingan produk pertanian relatif aman, permintaan terhadap produk pertanian selalu ada, penyuluh dan dinas terkait sudah memberikan informasi mengenai lembaga penunjang agribisnis, akses lembaga penunjang agribisnis mudah, dan pemerintah daerah mendukung program kelompok petani milenial, sedangkan yang menjadi ancaman adalah bantuan sarana produksi untuk kelompok petani milenial dari dinas terkait terbatas, harga produk pertanian fluktuatif, proses kerjasama dengan lembaga penunjang membutuhkan waktu lama, serta pelatihan tentang inovasi pertanian untuk petani milenial dari dinas terkait terbatas.

Tabel 3. Faktor Strategi Eksternal/EFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang				
1. Pemerintah daerah mendukung adanya program kelompok petani milenial	0,180	4	0,720	Kemudahan akses dengan ppl dinas pertanian setempat
2. Penyuluh dan dinas setempat sudah memberikan informasi mengenai penanganan pasca panen dan pengolahan hasil produk pertanian	0,095	3	0,285	Sudah ada saat bimtek petani milenial
3. Kebijakan sarana produksi belum memberikan pengaruh berarti	0,085	3	0,255	Kebijakan saprodi masih aman

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
4. Penyuluh dan dinas setempat sudah memberikan informasi mengenai penanganan pasca panen dan pengolahan hasil produk pertanian	0,095	3	0,285	Sudah ada saat bimtek petani milenial
5. Persaingan produk pertanian relatif aman	0,067	3	0,201	Pesaing produk belum banyak
6. Permintaan produk pertanian selalu ada	,092	3	0,276	Pangan merupakan kebutuhan sehari-hari
7. Penyuluh dan dinas terkait sudah pernah seperti memberikan informasi mengenai permodalan dan lembaga lembaga penunjang agribisnis	0,100	3	0,300	Informasi lembaga penunjang pemasaran.
8. Akses lembaga penunjang agribisnis mudah	0,061	3	0,183	Bisa diakses via online
Ancaman				
1. Bantuan sarana produksi untuk kelompok petani milenial dari dinas terkait terbatas	0,098	2	0,196	Belum bisa memenuhi kebutuhan kelompok
2. Harga produk pertanian fluktuatif	0,096	2	0,192	Belum ada kebijakan tentang harga produk pertanian Perlu melengkapi
3. Proses kerjasama dengan lembaga penunjang membutuhkan waktu lama	0,081	2	0,162	Persyaratan dan proses survey lokasi usaha
4. Pelatihan tentang inovasi pertanian untuk petani milenial dari dinas terkait terbatas	0,081	2	0,162	Pelatihan yang diberikan masih berupa pelatihan dasar seperti manajemen, motivasi bertani, dan yang berkaitan dengan proses budidaya hingga pasca panen secara umum
Total	1		2,932	

Sumber : Olahan Data Primer (2020)

Strategi pengembangan agribisnis kelompok petani milenial merupakan kajian untuk mendapatkan strategi prioritas yang dibutuhkan kelompok petani milenial untuk mengembangkan agribisnis yang telah diusahakan untuk mencapai tujuan agribisnis kelompok petani milenial. Sama halnya dengan pendapat Chandler *dalam* Rangkuti (2017) bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumberdaya.

Berdasarkan total dari penilaian IFAS dan EFAS yang dilakukan pada pengembangan agribisnis kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman maka dihasilkan perhitungan IFAS sejumlah 2,711 termasuk dalam kategori rata-rata dan hasil perhitungan EFAS sejumlah 2,932 termasuk dalam kategori sedang. Dari hasil perolehan tersebut menunjukkan bahwa titik temu berada pada sel V yakni *Growth*

yang menandakan bahwa kondisi agribisnis kelompok petani milenial saat ini dalam kondisi pertumbuhan.

		IFAS			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4,00	3,00	2,00	1,00
EFAS	Tinggi	I Growth Konsentrasi melalui integrasi vertikal	II Growth Konsentrasi melalui integrasi horizontal	III Retrenchement Turnaround	
	Sedang	IV Stability Hati-hati	V Growth	VI Retrenchement Divestment	
	Rendah	VII Growth Diversifikasi Konsentrik	VIII Growth Diversifikasi Konglomerat	IX Retrenchement Likuidasi	
		3,00	2,00	1,00	

Gambar 1. Matriks IE

Sel V menggambarkan bahwa saat ini agribisnis kelompok petani milenial membutuhkan konsentrasi melalui integrasi horizontal. Menurut Rangkuti (2017) strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun usaha di lokasi yang lain, meningkatkan jenis produk serta jasa. Selain itu perusahaan yang berada pada sel ini juga dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi.

Penyusunan Matriks SWOT untuk menentukan strategi-strategi alternatif guna mengembangkan agribisnis kelompok petani milenial. Strategi disusun dengan mempertimbangkan berbagai faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki kelompok serta peluang dan ancaman yang dihadapi kelompok petani milenial.

Ada enam strategi alternatif yang didapatkan untuk mengembangkan agribisnis kelompok petani milenial. Dari keenam strategi tersebut terpilih empat strategi prioritas berdasarkan posisi agribisnis kelompok petani milenial. Posisi agribisnis kelompok petani milenial saat ini berada pada sel V yang mana membutuhkan adanya integrasi horizontal. Bentuk integrasi horizontal yang pertama adalah berupa pengembangan jasa atau produk yang sesuai dengan strategi S-T yakni pengembangan inovasi pertanian alami/organik. Bentuk integrasi horizontal selanjutnya adalah memperluas pasar yang sesuai dengan strategi S-O yakni pengembangan pemasaran melalui digital marketing dan peningkatan kemitraan pemasaran. Bentuk integrasi horizontal yang lain adalah memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain dan peningkatan teknologi yang sesuai dengan strategi W-T yakni pengembangan sistem budidaya pertanian modern.

Tahap keputusan strategi prioritas dilakukan dengan menggunakan alat bantu USG. Strategi prioritas yang terpilih yakni pengembangan pemasaran melalui digital marketing. Strategi ini merupakan strategi SO yang mana bentuk dari strategi untuk memperluas pasar seperti pendapat Rangkuti (2017) bahwa pada sel V perlu dilakukan strategi horizontal salah satunya memperluas pasar. Strategi ini dianggap

penting karena saat ini kondisi agribisnis petani milenial mayoritas masih sebatas menjual produknya di tengkulak padahal petani milenial bisa memanfaatkan kekuatan yang dimiliki yakni tanggap teknologi dan sudah mengenal pemasaran digital sebagai petani yang milenial. Strategi ini dapat dilakukan kelompok petani milenial untuk menangkap pasar-pasar secara lebih luas dalam kondisi revolusi industri 4.0. Seperti pendapat Kilmanun dan Astuti (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sektor pertanian perlu beradaptasi dengan teknologi 4.0 untuk menjawab tantangan ke depan. Pasalnya, pertanian tidak mungkin bisa mencukupi kebutuhan penduduk yang terus bertambah tanpa teknologi. Selain itu Kilmanun dan Astuti (2019) juga menyatakan bahwa salah satu pemanfaatan teknologi di bidang pertanian adalah dalam hal pemasaran digital. Pemasaran digital dan konsumen cerdas yang melek digital akan mewarnai konsumen masa depan. Pola pemasaran ke depan tidak lagi konvensional seperti sekarang, tetapi akan berbasis *platform digital*. Konsumen produk pertanian akan menggunakan *platform* melalui *smartphone* dalam membeli produk baik untuk memilih produk maupun menelusuri asal-usul produk. Sehingga strategi pengembangan pemasaran digital ini menjadi strategi prioritas saat ini sesuai dengan kebutuhan dari kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman.

KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian dapat disimpulkan strategi prioritas pengembangan agribisnis kelompok petani milenial adalah pengembangan pemasaran melalui digital marketing, peningkatan kemitraan pemasaran, pengembangan sistem budidaya pertanian modern, dan pengembangan inovasi pertanian alami/organik.

2. Saran

Pengembangan agribisnis Kelompok Petani Milenial disarankan untuk memanfaatkan teknologi digital, teknologi modern dan produk pangan yang sehat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh kelompok petani milenial di Kabupaten Sleman yang telah menyediakan waktunya dalam kegiatan wawancara penelitian ini. Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada Kampus Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) YogyakartaMagelang (Yoma) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengirimkan naskah penelitian ini dalam rangka Webinar Bersama dengan tema Prospek Pengembangan Sektor Pertanian di Era New Normal.

DAFTAR PUSTAKA

Anshar, R. 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Generasi Y Bekerja di Sektor Pertanian. *Karya Ilmiah Penugasan Akhir*. Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Yogyakarta Magelang Jurusan Penyuluhan Pertanian. Yogyakarta.

- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak*. Jakarta
- Dinas Pertanian Pangan dan Perikanan Sleman. 2019. Berita Acara Pembentukan Kelompok Petani Milenial. Dinas Pertanian Pangan dan Perikanan Kabupaten Sleman. Sleman.
- Kamaluddin, Karim, Diana, F., Sari, N.KS. 2018. UTS Perumusan Kebijakan Publik Peraturan Gubernur Nomor 50 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pelaksanaan, Pembinaan, Pengawasan, dan Penegakan Hukum Kawasan Dilarang Merokok dengan Analisis SWOT. Program Pascasarjana Magister Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami Indonesia. Jakarta.
- Kilmanun, J.C., dan Astuti, D.W. 2019. Kesiapan Sumber Daya Pertanian dan Inovasi Spesifik Lokasi Memasuki Era Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Pertanian*. Oktober 2019. Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Semarang.
- Rangkuti. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Santoso. 2019. Peran Kaum Milenial Sebagai Atribut Pengungkit Indeks SDM Pertanian. *Prosiding Seminar Nasional 2019 Pengembangan SDM Indonesia Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital*. Bogor. 24 Oktober.
- Simamarta. 2019. Percepatan Transformasi Teknologi Dan Inovasi Dalam Era Smart Farming Dan Petani Milenial Untuk Meningkatkan Produktivitas, Nilai Tambah Dan Daya Saing Pertanian Indonesia. *Prosiding Simposium dan Expo Nasional Teknologi Pertanian Karya Anak Bangsa (SIENTESA) 2017*. Malang. 8 Mei.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tim SUTAS 2018. 2018. *Hasil Survei Pertanian Antar Sensus SUTAS 2018*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.