

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Karakteristik dan Morfologi

##### 1. Karakteristik Salak

Salak (*Salacca zalacca*) merupakan salah satu tanaman buah yang disukai dan mempunyai prospek yang baik untuk diusahakan. Salak merupakan salah satu buah tropis yang saat ini banyak diminati oleh orang. Keunggulan buah salak yakni memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi (Mandiri, 2010).

Adapun klasifikasi tanaman salak sebagai berikut:

Regnum	: <i>Plantae</i>
Divisio	: <i>Spermatophyta</i>
Sub divisio	: <i>Angiospermae</i>
Classis	: <i>Monocotyledoneae</i>
Ordo	: <i>Principes</i>
Familia	: <i>Palmae</i>
Genus	: <i>Salacca</i>
Spesies	: <i>Salacca zalacca.</i>

Pohon salak relatif pendek, batangnya pendek dan tidak lama berdiri tegak. Kalau batang salak sudah mencapai ketinggian 50-75 cm, akan roboh secara alami dan sejajar di permukaan tanah. Sekali pun demikian tanaman ini tidak mati, karena pada bagian bawah daun tumbuh akar-akar

baru kemudian ujung tanaman tumbuh tegak kembali secara perlahan (Rai, 2015). Plasma nutfah salak yang pernah ditemukan di dunia lebih dari 20 varietas. Sebagian besar plasma nutfah salak ditemukan tumbuh alami di wilayah nusantara sehingga banyak kalangan pakar botani dan pertanian menyebutkan bahwa tanaman salak adalah tumbuhan asli Indonesia (Hadiati, 2018).

## 2. Morfologi

Dilakukan kajian karakter morfologi sebagai dasar penelitian lanjut kekerabatan salak. Pemakaian karakter morfologi merupakan metode yang mudah dan cepat, bisa digunakan secara langsung pada populasi tanaman salak kemudian data yang diperoleh dapat dijadikan sebagai deskripsi tanaman salak dan perbaikan sifat tanaman maupun rencana pengembangan tanaman salak (Fatimah, 2013). Menurut penelitian Fatimah (2015) bunga salak jantan berwarna kuning memiliki jumlah tepung sari relatif lebih banyak, ukuran lingkaran bunga jantan lebih besar dan lebih pendek.

Perbedaan morfologi antara jenis-jenis salak terkadang terlihat mencolok, misalnya mengenai bentuk dan ukuran daunnya. Ada daun salak yang susunan anak daunnya menyirip dan ada daun salak yang bentuknya seperti kipas. Suatu jenis yang dikenal dengan salak berdaun kipas ialah *Salacca flabellate* (Ariestin, 2015). Morfologi buah salak bervariasi tergantung dari varietasnya, memiliki rasa dan tekstur yang

manis dan masir, mulai dari yang masih muda sampai tua, jumlah anak buah dan biji pada satu buah salak bervariasi tergantung besar kecilnya ukuran buah. Warna biji seragam, dari yang berumur muda berwarna putih menuju ketua berwarna merah sampai kecoklatan.

Biji salak yang masih muda berwarna pucat dan lunak, sedangkan setelah matang berwarna kuning hingga kehitaman dan keras, dan dalam setiap buah terdapat satu sampai tiga biji (Santoso, 2010). Dari segi rasa, buah salak memiliki rasa khas sepat. Namun ada beberapa salak varietas unggul memiliki rasa manis dan tidak sepat sama sekali. Sebagai buah segar, salak mengandung nilai gizi yang cukup tinggi dari beberapa jenis salak (Rismawati, 2016).

## **B. Lingkungan Tumbuh Salak**

Kondisi cuaca ataupun iklim ini dicirikan oleh unsur-unsur atau komponen atau parameter cuaca atau iklim antara lain suhu, angin, kelembaban, penguapan, curah hujan serta lama dan intensitas penyinaran matahari. Kondisi dari unsur-unsur tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain tinggi tempat, lintang tempat dan posisi matahari. Sebagai contoh makin tinggi tempat maka suhu udara makin rendah, kemudian di daerah sekitar khatulistiwa lapisan troposfer kira-kira setebal 12 km dan daerahnya tergolong tropis dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau yang juga dipengaruhi oleh posisi matahari,

sementara itu di daerah sub tropis terdapat empat musim dan kearah kutub lapisan troposfernya hanya sekitar 9 km (Nawawi, 2001).

### **1. Suhu dan Ketinggian**

Menurut Deputi Menegristek Bidang Pendayagunaan dan Pemasaran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (2000) mengemukakan bahwa tanaman salak tumbuh pada ketinggian tempat 100-500 m dpl, curah hujan rata-rata 200-400 mm/bulan. Suhu yang paling baik antara 20-30°C.

### **2. Kondisi Tanah**

Anarsis (2006) mengemukakan bahwa untuk tumbuh, idealnya tanaman salak menghendaki tanah yang gembur, subur dan banyak mengandung humus. Salak juga akan tumbuh baik pada tanah berlempung dan banyak mengandung pasir. Tanaman salak memerlukan air yang cukup, tetapi tidak tahan dengan air yang tergenang dalam waktu lama.

#### **A. Usahatani**

Menurut Soekartawi (2011) usaha tani adalah ilmu yang mempelajari bagaimana mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki petani agar berjalan secara efektif dan efisien, serta memanfaatkan sumberdaya tersebut agar memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya.

Menurut Wanda (2015), ilmu usahatani merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana menentukan, mengorganisasikan dan

mengkoordinasikan dalam menggunakan sumberdaya dengan efektif dan efisien sehingga pendapatan yang diperoleh oleh petani lebih tinggi.

Menurut Mosher (2001) usahatani adalah suatu tempat atau sebagian dari permukaan bumi dimana pertanian diselenggarakan seorang petani tertentu, apakah ia seorang pemilik, penyakap atau manajer yang digaji dari sumber-sumber alam yang terdapat pada tempat itu yang diperlukan untuk produksi pertanian seperti tanah dan air, perbaikan-perbaikan yang dilakukan atas tanah itu, sinar matahari, bangunan-bangunan yang didirikan di atas tanah itu dan sebagainya.

Menurut Shinta (2011), pengelolaan usahatani adalah kemampuan petani dalam merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengawasi faktor produksi yang dikuasai/dimilikinya sehingga mampu memberikan produksi seperti yang diharapkan. Modernisasi dan restrukturisasi produksi tanaman pangan yang berwawasan agribisnis dan berorientasi pasar memerlukan kemampuan manajemen usaha yang profesional. Oleh sebab itu, kemampuan manajemen usahatani kelompok tani perlu didorong dan dikembangkan mulai dari perencanaan, proses produksi, pemanfaatan potensi pasar, serta pemupukan modal/investasi

## **B.Faktor Internal dan Eksternal Analisis SWOT**

Menurut Rangkuti (2014), analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan

kelemahan. Faktor internal dimasukkan ke dalam matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

Menurut Santoso (2013), matriks IFE ( Internal Factor Evaluation) adalah alat perumusan strategi yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut, penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan matriks evaluasi faktor internal, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar-benar tanpa celah. Pemahaman yang menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mencakup didalamnya lebih penting daripada angka-angka yang ada.

Menurut Santoso (2013), Matriks IFE dapat dikembangkan dengan lima tahap yaitu:

1. Tuliskan faktor internal utama seperti diidentifikasi dalam proses audit internal. Tuliskan kekuatan lebih dahulu dan kemudian kelemahan. Buatlah sepesifik mungkin, gunakan persentase, rasio, dan angka komparatif.
2. Berikan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk masing-masing faktor. Bobot diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan dan kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi

harus diberikan bobot yang paling tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

3. Berikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan utama (peringkat=1) atau kelemahan minor (peringkat=2), kekuatan minor (peringkat =3), atau kekuatan utama (peringkat=4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapatkan peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapatkan peringkat 1 atau 2. Peringkat adalah berdasarkan perusahaan, di mana bobot di langkah 2 adalah berdasarkan industri.
4. Kalikan antara bobot faktor dengan peringkat untuk menentukan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel.
5. Jumlahkan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang untuk organisasi. Total rata-rata tertimbang di bawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Menurut Santoso (2013), matriks EFE ( Eksternal Factor Evaluation), memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Matriks evaluasi faktor eksternal dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Buat daftar faktor-faktor eksternal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit eksternal. Masukkan beberapa faktor yang termasuk

peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya. Daftar terlebih dahulu peluangnya, kemudian ancamannya. Usahakan untuk spesifik mungkin menggunakan persentase, rasio, dan nilai komparatif jika dimungkinkan.

2. Berikan pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot itu mengindikasikan signifikansi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Peluang sering kali diberi bobot tinggi dari ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot lebih tinggi terutama jika mereka sangat parah atau mengancam. Bobot yang sesuai dapat ditentukan dengan cara membandingkan pesaing berhasil dengan yang tidak berhasil atau kegagalan pesaing atau melalui diskusi untuk mencapai konsensus kelompok. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
3. Berikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan beberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, di mana 4 = respon yang sangat bagus, 3 = responnya diatas rata-rata, 2 = responnya rata-rata, 1 = responnya di bawah rata-rata. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karena, peringkat tersebut berbeda antara perusahaan, sementara bobot dilangkah nomor 2 berbasis industri. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat menerima peringkat.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
5. Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total organisasi.

### C. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan kombinasi faktor internal dan eksternal untuk memaksimalkan peranan faktor yang bersifat positif dan meminimalkan kelemahan untuk mencegah dampak dari ancaman yang timbul (David, 2016). SWOT menggambarkan empat kuadran. Kuadran satu menggambarkan kekuatan internal dan peluang yang kuat pada perusahaan, strategi yang diterapkan dalam kondisi ini yaitu kebijakan yang mendorong pertumbuhan agresif. Kuadran dua menggambarkan perusahaan menghadapi ancaman eksternal tetapi memiliki kekuatan internal, strategi yang di terapkan adalah memanfaatkan peluang jangka panjang dan diversifikasi. Kuadran tiga menggambarkan peluang pasar yang sangat besar tetapi menghadapi berbagai kendala internal. Kuadran empat menggambarkan kondisi perusahaan yang mengalami kelemahan internal dan menghadapi berbagai ancaman eksternal.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*). Adapun analisis yang digunakan yaitu matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, serta matriks QSPM (Kasim et,al, 2011).

Analisis SWOT mempunyai 4 daerah kuadran, yaitu :

- A. Kuadran I** : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
- B. Kuadran II** : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa).
- C. Kuadran III** : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).
- D. Kuadran IV** : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

#### **D. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal**

##### 1. Lingkungan Internal

Menurut Maulidah (2012) Internal organisasi terdiri dari 2 komponen yaitu *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan). Dimana kekuatan

dan kelemahan ini terdapat dalam suatu organisasi, kekuatan dan kelemahan ini menentukan arah mana yang terbaik buat organisasi tersebut. Menurut Siagian (1998), faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan organisasi yang dapat mencangkup : saluran distribusi handal, posisi kas perusahaan, lokasi yang menguntungkan, keunggulan dalam penerapan teknologi yang canggih tetapi sekaligus tetapi tepat guna dan struktur atau tipe organisasi yang digunakan. Berbagai kelemahan dapat muncul dalam berbagai bentuk seperti kelemahan manajerial, fungsional, oprasioanal, sktruktural atau bahkan yang bersifat psikologis.

#### 1. Perusahaan

Biaya bagi perusahaan-perusahaan yang memproduksi sesuatu ialah harga faktor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan outpunya. Ditinjau dari sudut suatu perusahaan yang ingin memperoleh keuntungan setinggi-tingginya maka keuntungan produksi terdiri dari selisih antara nilai yang dihasilkan dan nilai masukan (lipsey, 1995).

#### 2. Oprasional

Para ahli dibidang operasional akan memutuskan perhatian pada pengambilan keputusan mengenai kapasitas pabrik, tata letak mesin dan peralatan, proses manufaktur dan proses prduksi serta menetapkan berbagai kebijakan persediaan (baik bahan baku, bahan penolong, barang jadi, berbagai persediaan lainnya, sehingga persediaan yang

sejalan dengan kelancaran operasi perusahaan dan juga tidak mengalami kelebihan.

### 3. Organisasi

Komponen-Komponen dalam perangkat organisasi terdiri dari pemimpin dan bawahan yang ada di perusahaan. Komponen-Komponen tersebut memiliki fungsi tersendiri untuk membantu kelancaran agroindustri dan menjalankan usahanya.

### 4. Fasilitas Fisik

Fasilitas fisik agroindustri dapat berupa lokasi usaha, harta yang dimiliki maupun peralatan yang dimiliki yang mampu memperlancar agroindustri dalam menjalankan usahanya.

### 5. Sumber Daya Manusia

Tugas utama manajer sumber daya manusia adalah menempatkan karyawan yang tepat pada tempat yang tepat. jika penempatan sumber daya manusia tidak pada tempat yang tepat. Maka sumber daya tersebut akan berkerja tidak efektif dan efesien, dan ini mempengaruhi kinerja perusahaaan.

## 2. Lingkungan Eksternal

Menurut david (2006), analisis lingkungan eksternal adalah suatu cara yang digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk menggali dan mengidentifikasi semua peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang mempengaruhi keberadaan organisasi tersebut. Faktor- faktor yang dianalisis dalam lingkungan eksternal adalah:

### 1. Ekonomi

lingkungan ekonomi merupakan arah dan ciri dari perekonomian dimana suatu perusahaan bersaing. Lingkungan ekonomi suatu Negara jelas akan mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut. Walaupun terdapat sejumlah faktor-faktor dalam lingkungan ekonomi, namun pada prinsipnya kekuatan yang sangat besar yang mempengaruhi daya beli dan pola konsumen itu meliputi: pertumbuhan ekonomi, tingkat pendapatan perkapita dan inflasi.

### 2. Sosial Budaya

Segmen sosial budaya berhubungan dengan perilaku sosial dan nilai budaya dari masyarakat yang berbeda. Karena perilaku dan nilai merupakan inti dari suatu masyarakat, maka perilaku dan nilai tersebut seringkali turut mendorong kondisi-kondisi dan perubahan demografi, ekonomi, politik atau hukum, dan teknologi. Faktor sosial budaya yang mempengaruhi perusahaan adalah kepercayaan, nilai, sikap, opini dan gaya hidup. Orang-orang dilingkungan eksternal perusahaan yang berkembang dari pengaruh kultural, demografi, agama, pendidikan, dan etnik. Jika sikap social berubah, maka berubah pula permintaan masyarakat terhadap berbagai jenis barang dan jasa.

### 3. Pesaing

Sebelum dilakuakn penganalisaan terhadap faktor pesaing, terlebih dahulu kita melakukan penyamaan persepsi mengenai persaingan dalam

usaha agroindustri. Persaingan sendiri merupakan usaha yang dapat menghambat dari usaha agroindustri tersebut.

#### 4. Teknologi

Teknologi meliputi semua aspek yang terlibat dalam menciptakan pengetahuan baru dan menerjemahkan pengetahuan baru dan menerjemahkan pengetahuan tersebut menjadi output, produk, proses, dan bahan baku.

#### 5. Pemerintah

Segmen pemerintah adalah suatu arena dimana organisasi dari kelompok-kelompok yang berkepentingan bersaiang untuk sumber daya yang diinginkan, dan terdapat pengawasan. Lemahnya perantara hukum menimbulkan ketidakjelasan dan kepastian usaha. Akan tetapi disaat yang sama, lemahnya perantara hukum juga membuka peluang usahawan untuk menerapkan semua jenis strategi bisnis tanpa perlu memindahkan etika bisnis.

### **E. Matrik SWOT**

Menurut Rangkuti (2017), Alat yang digunakan untuk menyusun faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks tersebut dapat dengan jelas menggambarkan bagaimana menyesuaikan peluang dan ancaman eksternal perusahaan berdasarkan kekuatan dan kelemahannya.

Tabel 3. Matrik SWOT

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b>	<b>WEAKNESSES (S)</b>
<b>EFAS</b>	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>OPPORTUNITIES (O)</b>	<b>STRAREGI SO</b>	<b>STRAREGI WO</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATS (T)</b>	<b>STRAREGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2017

Penyusunan strategi faktor internal dan eksternal perusahaan guna menyeimbangkan peluang dan ancaman yang dihadapi dengan kekuatan dan kelemahan dimilikinya (Rangkuti, 2017).

Keterangan :

IFAS= *Internal Strategic Factor Analysis*

EFAS = *Eksternal Strategic Factor Analysis*

#### A. Sterategi SO

Strategi pemanfaatan semua kekuatan untuk mendapatkan dan memaksimalkan peluang yang ada.

### B. Strategi ST

Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam menghindari ancaman.

### C. Strategi WO

Strategi pemanfaatan peluang guna mengurangi kelemahan.

### D. Strategi WT

Strategi yang berfokus pada cara mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman.

## F. Strategi Pengembangan

### Definisi Strategi

Fadhil *et al.* (2017) strategi pengembangan sumber daya manusia yaitu memilih pendekatan kelembagaan misalnya dorongan (*assistance*), difasilitasi (*facilitation*) atau cukup di promosikan (*promotion*), pameran skala rakyat, penambahan jumlah penyuluh. Menurut (Cahyani, 2017). strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi dimasa depan dan bagaimana cara mencapai arah yang diinginkan tersebut. Oleh karena itu, sifat strategi berorientasi pada masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multi fungsi atau multi sektoral, dalam merumuskan strategi perlu mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

### Perumusan Strategi

Menurut (Bagindo et, al, 2016) strategi dapat dirumuskan melalui tahapan utama sebagai berikut:

- 1) Analisa Arah, yaitu untuk menentukan visi, misi dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai organisasi.
- 2) Analisa Situasi, yaitu tahapan untuk membaca situasi dan menentukan kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman yang akan menjadi dasar perumusan strategi.
- 3) Penerapan strategi, yaitu tahapan untuk identifikasi alternatif dan memilih strategi yang akan dijalankan oleh organisasi.

Desiyanti (2016) dan (Ananda, Putra, dan Hendrastyo, 2017) mengatakan ada tiga unsur penting yang perlu diperhatikan untuk keberhasilan sebuah strategi yaitu:

- 1) Strategi harus konsisten dengan kondisi lingkungan persaingan.
- 2) Strategi harus realistis dengan internal perusahaan.
- 3) Strategi harus dilaksanakan dengan penuh kehati-hatian.

#### **G. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)**

Analisis QSPM merupakan tahap terakhir dari analisis formulasi strategi, pada tahap ini alternatif strategi yang ditawarkan didasarkan pada analisis SWOT yang telah dilakukan. Setiap partisipan memberikan nilai daya tarik terhadap alternatif strategi yang diberikan, selanjutnya hasil dari kesembilan orang partisipan dirata-rata untuk memperoleh urutan prioritas strategi yang dapat diterapkan. Nilai TAS (Total Attractive Score) yang dihasilkan lalu diurutkan berdasarkan besar nilainya. Urutan nilai TAS menggambarkan urutan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan oleh

kelompok tani. Strategi dengan nilai TAS tertinggi adalah strategi yang paling diprioritaskan oleh kelompok tani untuk mengembangkan usahatani sayuran organik (Zulkarnaen dan Sutopo, 2013).

Matriks ini digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan lingkungan eksternal dan internal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSPM merupakan strategi yang paling baik (Prastiti, 2012).



## H. Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil / Kesimpulan
1.	Sri hastuti, 2013	Strategi pengembangan Salak Pondok Pronojiwo Kabupaten Lumajang	Hasil penelitian : Dalam lima tahun terakhir (2006 – 2010) menunjukkan bahwa Perkembangan luas Tanam, Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Salak Pondok di Kecamatan pronojiwo Kab Lumajang mengalami perkembangan yang signifikan, yaitu rata-rata kenaikannya sebesar 21,25% tiap tahunnya. Faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi terhadap pengembangan salak di Kabupaten Lumajang.
2.	Hayatun,W.Roesalli dan T.Ekowati, 2018	Analisis Potensi Pengembangan Komoditas Salak Pondoh (Salaca edulis) di Kecamatan Banjarmangu Kabupaten Banjarnegara.	Hasil penelitian : Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan responden, diperoleh hasil faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan potensi komoditas salak salak pondoh Kecamatan Banjarmangu adalah faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman.
3.	Sodik Maskur, Tinjung Mary Prihatin, 2020	Strategi Pengembangan Agribisnis Salak Nglumut desa Kaliurang kecamatan Srumbang kabupaten Magelang	Hasil penelitian : Berdasarkan hasil analisis data, peneliti memperoleh kesimpulan sesuai penelitian mengenai Strategi Pengembangan Agribisnis Salak Nglumut Desa Kaliurang Kabupaten Magelang menggunakan matrik IFE dan EFE memperoleh faktor-faktor internal dan eksternal meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi petani salak nglumut.