



Strategi Pengembangan Usahatani Cabai Merah Besar Di Kecamatan Semende Darat Ulu Kabupaten Muara Enim

Agus Riyanto¹, Munajat², Fifian Permata Sari^{3*}

¹Prodi Ekonomi Pertanian, Pascasarjana Universitas Baturaja

^{2,3}Program Pascasarjana Universitas Baturaja Jln HOS Cokroaminoto Baturaja

*Penulis korespondensi: fifianpermatasari@gmail.com

Received: 23/08/2026 | Accepted: 26/09/2026 | Publication: 05/10/2026

Abstract: *The purpose of this study is to analyze the internal and external factors of red chili farming development in Semende Darat Ulu District and analyze the recommended strategies for the advancement of red chili farming in the District. The method used in the study is a survey method with a simple random sampling method. The analytical tool used is a SWOT analysis. The results of the study indicate that internal factors in the development of red chili farming in Semende Darat Ulu District include farmer experience, family labor, and a culture of mutual cooperation, while external factors include high market demand, government support, partnership opportunities, and infrastructure improvements. The results of the analysis show that the figure is in Quadrant I (Grow and Build), where the recommended strategy is aggressive growth through modernization of cultivation, strengthening farmer institutions, access to capital, and development of marketing partnerships, so that large red chili production can be increased and become a superior regional commodity*

Keywords: *Strategic, SWOT Analysis, Chilli Farming*



Copyright © 2026, The Author(s).

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Riyanto, A., Munajat, M., & Sari, F. P. (2026). Strategi pengembangan usahatani cabai merah besar di Kecamatan Semende Darat Ulu Kabupaten Muara Enim. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 6(5), 2957-2966. <https://doi.org/10.53625/jirk.v6i5.13312>

PENDAHULUAN

Cabai merah besar merupakan salah satu komoditi hortikultura yang sangat bermanfaat bagi tubuh kita. Di Kabupaten Muara Enim cabai merah merupakan komoditi hortikultura yang banyak diminati dan harganya mengalami naik turun. Walaupun harganya mengalami perubahan tetapi permintaan akan cabai semakin meningkat terutama untuk perusahaan-perusahaan makanan. Kebutuhan akan cabai merah dalam bentuk segar semakin hari semakin meningkat dengan penggunaan sebagai bahan bumbu masakan, sehingga menuntut produksi lebih ditingkatkan lagi baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Biaya –biaya yang dikeluarkan nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat produksi yang nantinya akan berimbas pada pendapatan petani, serta perubahan biaya dan harga setiap tahunnya tidak menentu. Cabai merah merupakan komoditas hortikultura yang sangat digemari oleh masyarakat. Harga cabai merah sangat fluktuatif karena keadaan pasar cabai merah dipengaruhi oleh jumlah cabai merah yang tersedia di pasar. Apabila cabai merah sedang melimpah, harganya akan murah. Dan sebaliknya, ketika stok di pasar sedikit, harga cabai

merah sangat tinggi (Prayitno, et al 2020).

Kabupaten Muara Enim merupakan salah satu kabupaten yang terkenal akan komoditas unggulan dibidang pertanian terutama di bidang perkebunan, akan tetapi komoditas tanaman hortikultura akhir-akhir ini berkembang sangat pesat. Dalam pengembangan wilayah ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu konsep pengembangan dan komoditas unggulan. Komoditas unggulan yang ada di Kabupaten Muara Enim salah satunya adalah subsektor perkebunan dan tanaman sayur dan buah semusim yang menyumbang setengah untuk sektor pertanian. Karena sektor utama pertambangan dan penggalian yang tidak akan bertahan lama untuk kedepannya. Untuk itu diperlukan arahan pengembangan komoditas unggulan subsektor perkebunan dan tanaman sayur dan buah semusim salah satunya yang berkembang saat ini adalah cabai merah besar. Pendahuluan menguraikan latar belakang permasalahan yang diselesaikan, isu-isu yang terkait dengan masalah yg diselesaikan, ulasan penelitan yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yg relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Produksi cabai merah besar di Kabupaten Muara Enim berkembang pada tahun 2024 dengan produksi sebesar 35.112 Ton/Tahun, hal ini membuktikan bahwa komoditi cabai merah besar di Kabupaten Muara Enim mengalami pengembangan. Cabai merah besar merupakan komoditas hortikultura yang sangat digemari oleh masyarakat Muara Enim. Harga cabai merah sangat fluktuatif karena keadaan pasar cabai merah dipengaruhi oleh jumlah cabai merah yang tersedia di pasar. Apabila cabai merah sedang melimpah, harganya akan murah. Dan sebaliknya, ketika stok di pasar sedikit, harga cabai merah sangat tinggi, dalam rangka mendukung program ketahanan pangan nasional masyarakat Kabupaten Muara Enim memanfaatkan sisa lahan perkarangan rumah menanam cabai tepatnya di Kecamatan Semende Darat Ulu.

Sebagai bentuk dukungan masyarakat Kecamatan Semende Darat Ulu terhadap Program Pekarangan Pangan Bergizi (P2B). Dengan lahan seluas 10 x 15 meter persegi tersebut ditanami 50 batang cabai, menjadikannya contoh nyata keberhasilan program pertanian berbasis masyarakat di desa percontohan ini. Strategi pengembangan usahatani cabai merah besar di Kecamatan semende darat Ulu Kabupaten Muara Enim perlu dilakukan serta dibutuhkan peran semua pihak dalam mendukung pembangunan pertanian di Kabupaten Muara Enim guna mendukung peningkatan produksi dan produktivitas cabai sehingga tercapai keberlanjutan ketersediaan produk cabai merah besar. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan Strategi pengembangan usahatani cabai merah besar di Kecamatan Semende Darat Ulu Kabupaten Muara Enim.

LANDASAN TEORI

Istilah strategi dapat dikatakan sebagai proses ditentukan. perencanaan agar tercapainya tujuan organisasi dalam jangka waktu yang sudah Menurut Iskandar Wiryokusumo, pengembangan adalah upaya pendidikan, baik formal maupun non-formal, yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab. Tujuannya adalah untuk mengenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan dasar kepribadian yang seimbang, utuh, dan harmonis, serta pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuan individu. Pengembangan ini bertujuan sebagai bekal untuk

memotivasi individu agar terus menambah, meningkatkan, dan mengembangkan dirinya serta lingkungan di sekitarnya, dengan tujuan untuk mencapai martabat, kualitas, dan kemampuan manusia yang optimal.

Strategi pengembangan merupakan upaya yang teratur dan berjangka dalam penerapan pola perilaku untuk mengembangkan sistem, dengan menggunakan metode refleksi dan analisis diri. Strategi ini berfungsi sebagai wadah untuk proses perubahan yang direncanakan, yang memerlukan dukungan dari semua pihak dalam organisasi agar dapat mengembangkan dan meningkatkan kinerja organisasi. Hal ini memerlukan upaya dalam jangka pendek, menengah, maupun panjang untuk menghadapi tantangan dan perubahan di masa depan (Rangkuti., F, 2006)

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang.

Strategi peningkatan usaha meliputi: a. Pengembangan Produk Pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan kualitas produk yang ada atau pengembangan produk. Perusahaan menjalankan strategi pengembangan produk dengan memodifikasi produk yang sudah ada atau membuat produk baru yang berhubungan dengan produk saat ini. Oleh karena itu dengan memodifikasi produk yang sudah ada atau membuat produk baru, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang sudah ada melalui saluran pemasaran yang sudah dijalankan. Strategi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk untuk memuaskan pelanggan. b. Pengembangan pasar Pengembangan pasar adalah pengenalan produk atau jasa saat ini 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. Dalam pengembangan pasar yang dijadikan sebagai alat pemasaran taktis untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran diantaranya:

1. Strategi Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan. Strategi produk merupakan penyediaan produk dan penetapan cara yang tepat untuk pasar yang dituju, yang dapat dilakukan dengan menyempurnakan produk atau memodifikasi produk yang memiliki tujuan untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan suatu usaha dalam jangka waktu panjang. Dalam situasi persaingan yang sangat ketat, perusahaan tidak hanya hanya mengandalkan produk yang ada tanpa upaya pengembangan khusus. Strategi produk merupakan faktor yang paling penting karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya

2. Strategi Harga

Harga adalah elemen penting dari strategi pemasaran dan harus selalu dilihat dalam konteks strategi pemasaran. Salah satu keputusan tersulit yang dihadapi bisnis adalah penetapan harga. Harga yang wajar adalah harga yang sepadan dengan kualitas produk dan merupakan harga yang memuaskan pelanggan, namun saat kondisi mendukung untuk menaikkan atau menurunkan harga sesuai dengan pangsa pasar maka perubahan harga juga harus dilakukan.

3. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah aktivitas yang dilakukan dengan memberikan informasi tentang barang atau produk yang bertujuan untuk menambah nilai suatu barang atau produk. Informasi yang disampaikan berupa jenis produk, harga, dan yang lainnya dapat membuat pelanggan mengerti tentang kebutuhan dan keinginannya dan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga terjadi pertukaran yang memuaskan. Selain keuntungan promosi dalam hal memperkenalkan produk, penting juga untuk menjaga selera konsumen terhadap produk.

4. Strategi Distribusi

Distribusi adalah aktifitas membagikan atau mengirimkan kepada orang atau beberapa tempat. Strategi distribusi adalah aktifitas penyaluran atau menyampaikan produk atau jasa ke konsumen pada waktu yang tepat. Strategi distribusi memiliki peran penting bagi sebuah usaha yang menentukan bagaimana untuk mencapai target pasar atau pelanggan serta bagaimana untuk melaksanakan fungsi-fungsi distribusi dalam usaha yang berbeda-beda.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan metode penarikan contoh purposive sampling dimana sampel yang digunakan dalam analisis SWOT sebanyak 60 sampel. Sampel yang digunakan di Kecamatan Semende Darat Ulu, yaitu sebanyak 20 orang petani, 10 orang pegawai Dinas Pertanian, 10 orang tengkulak, 10 orang pedagang eceran dan 10 orang pegawai BPP sehingga total populasi sebanyak 60 orang sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan di Kecamatan Semende Darat Laut, faktor internal pengembangan usaha cabai merah terdapat 2 indikator yaitu kekuatan dan kelemahan. Indikator kekuatan terdapat 5 atribut yaitu: agroklimat dataran tinggi sangat sesuai untuk cabai merah besar, petani memiliki pengalaman panjang dalam budidaya hortikultura, ketersediaan lahan pertanian relatif luas dan masih dapat dikembangkan, tenaga kerja keluarga cukup tersedia, adanya pola gotong royong dalam komunitas Semende. Sedangkan indikator kelemahan terdiri dari 6 atribut yaitu: teknik budidaya belum sepenuhnya modern, akses modal dan permodalan rendah, ketersediaan dan akses sarana produksi pertanian terbatas, tingkat serangan hama dan penyakit tinggi, penanganan pascapanen belum baik, manajemen usahatani dan pencatatan biaya belum optimal.

Sedangkan Faktor Eksternal juga terdiri dari 2 indikator yaitu Peluang dan Ancaman yang terdiri dari 5 atribut peluang yaitu permintaan pasar terhadap cabai merah besar selalu tinggi, dukungan pemerintah terhadap pengembangan komoditas unggulan daerah, peluang kemitraan dengan pedagang besar atau pasar modern, peluang pengembangan kelompok tani dan koperasi, akses infrastruktur yang semakin baik. Faktor ancaman terdiri dari 6 indikator yaitu harga cabai merah besar sangat berfluktuasi dan tidak stabil, perubahan iklim (cuaca ekstrem), alih fungsi lahan dan tenaga kerja muda yang berkurang di sektor pertanian, persaingan dengan daerah sentra cabai lainnya, kenaikan harga sarana produksi pertanian ketergantungan pada tengkulak/pedagang pengumpul. Faktor internal dan eksternal dalam

pengembangan usahatani cabai merah dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Faktor-faktor Analisis Internal yang Mempengaruhi Produksi Cabai Merah Besar di Kecamatan Semende Darat Ulu Kabupaten Muara Enim, 2025.

Faktor Analisis Internal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN:				
Agroklimat dataran tinggi sangat sesuai untuk cabai merah besar	215	0,132	4	0,472
Petani memiliki pengalaman panjang dalam budidaya hortikultura	195	0,119	3	0,388
Ketersediaan lahan pertanian relatif luas dan masih dapat dikembangkan	198	0,121	3	0,400
Tenaga kerja keluarga cukup tersedia	222	0,136	4	0,503
Adanya pola gotong royong dalam komunitas Semende	212	0,130	4	0,459
TOTAL				
KELEMAHAN:				
Teknik budidaya belum sepenuhnya modern	102	0,062	2	0,106
Akses modal dan permodalan rendah	109	0,067	2	0,121
Ketersediaan dan akses sarana produksi pertanian terbatas	91	0,056	2	0,085
Tingkat serangan hama dan penyakit tinggi	94	0,058	2	0,090
Penanganan pascapanen belum baik	84	0,051	1	0,072
Manajemen usahatani dan pencatatan biaya belum optimal	111	0,068	2	0,126
TOTAL	1633	1,000		2,822

Sumber : Data Primer (diolah), 2025

Berdasarkan Tabel 1 maka hasil analisis internal pada atribut kekuatan yaitu Agroklimat dataran tinggi sangat sesuai untuk cabai merah besar skor sebesar 0,472, Petani memiliki pengalaman panjang dalam budidaya hortikultura 0,388, Ketersediaan lahan pertanian relatif luas dan masih dapat dikembangkan skor sebesar 0,400, tenaga kerja keluarga cukup tersedia skor sebesar 0,503 dan Adanya pola gotong royong dalam komunitas Semende dengan skor sebesar 0,459 ini menunjukkan bahwa attribute pada indikator kekuatan skornya tinggi artinya attribute 1 sampai dengan 5 penting dalam strategi peningkatan produksi komoditas cabai merah besar sebagai komoditi unggulan. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis faktor eksternal pengembangan usahatani cabai merah dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Faktor-faktor Analisis Eksternal yang Mempengaruhi Produksi Cabai Merah Besar di Kecamatan Semende Darat Ulu Kabupaten Muara Enim, 2025.

Faktor Analisis Eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
Permintaan pasar terhadap cabai merah besar selalu tinggi	225	0,136	4	0,511
Dukungan pemerintah terhadap pengembangan komoditas unggulan daerah	200	0,121	3	0,404
Peluang kemitraan dengan pedagang besar atau pasar modern	202	0,122	3	0,412
Peluang pengembangan kelompok tani dan koperasi	229	0,139	4	0,529
Akses infrastruktur yang semakin baik	217	0,131	4	0,475
ANCAMAN:				
Harga cabai merah besar sangat berfluktuasi dan tidak stabil	93	0,056	2	0,087
Perubahan iklim (cuaca ekstrem)	109	0,066	2	0,120
Alih fungsi lahan dan tenaga kerja muda yang berkurang di sektor pertanian	91	0,055	2	0,084
Persaingan dengan daerah sentra cabai lainnya	95	0,058	2	0,091
Kenaikan harga sarana produksi pertanian	89	0,054	1	0,080
Ketergantungan pada tengkulak/pedagang pengumpul	102	0,062	2	0,105
Total	1652	1		2,897

Sumber : Data Primer (diolah), 2025

Selanjutnya berdasarkan analisis matrik SWOT menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Matriks SWOT

EFAS IFAS		
	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Agroklimat dataran tinggi sangat sesuai untuk cabai merah besar 2. Petani memiliki pengalaman panjang dalam budidaya hortikultura 3. Ketersediaan lahan pertanian relatif luas dan masih dapat dikembangkan 4. Tenaga kerja keluarga cukup tersedia 5. Adanya pola gotong royong dalam komunitas Semende	1. Teknik budidaya belum sepenuhnya modern 2. Akses modal dan permodalan rendah 3. Ketersediaan dan akses sarana produksi pertanian terbatas 4. Tingkat serangan hama dan penyakit tinggi 5. Penanganan pascapanen belum baik 6. Manajemen usahatani dan pencatatan biaya belum optimal
	OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (WO)
	1. Permintaan pasar terhadap cabai merah besar selalu tinggi 2. Dukungan pemerintah terhadap pengembangan komoditas unggulan daerah 3. Peluang kemitraan dengan pedagang besar atau pasar modern 4. Peluang pengembangan kelompok tani dan koperasi 5. Akses infrastruktur yang semakin baik	1. Modernisasi teknik budidaya dengan dukungan pemerintah 2. Akses modal melalui kelompok tani/koperasi 3. Kemitraan untuk penyedia input pertanian 4. Penanganan hama-penyakit melalui teknologi & pelatihan 5. Perbaikan pascapanen berbasis dukungan modernisasi 6. Penguatan manajemen usahatani melalui pelatihan kelompok 7. Pemanfaatan infrastruktur untuk distribusi input & hasil panen
	TREATH (T)	STRATEGI (ST)
	1. Harga cabai merah besar sangat berfluktuasi dan tidak stabil 2. Perubahan iklim (cuaca ekstrem) 3. Alih fungsi lahan dan tenaga kerja muda yang berkurang di sektor pertanian 4. Persaingan dengan daerah sentra cabai lainnya 5. Kenaikan harga sarana produksi pertanian 6. Ketergantungan pada tengkulak/pedagang pengumpul	1. Menstabilkan produksi menghadapi fluktuasi harga 2. Gotong royong untuk mengatasi iklim ekstrem & OPT 3. Diversifikasi/rotasi tanaman untuk mengurangi risiko cuaca & penyakit 4. Penguatan posisi tawar untuk menghindari ketergantungan tengkulak 5. Peningkatan kualitas untuk bersaing dengan daerah lain

Berdasarkan hasil analisis Matriks Internal–Eksternal (IE), diperoleh skor faktor internal sebesar 2,822 dan skor faktor eksternal sebesar 2,897. Nilai tersebut menempatkan komoditas cabai merah besar di Kecamatan Semende Darat Ulu pada Kuadran I, yaitu posisi “Grow and Build” (Tumbuh dan Berkembang). Posisi ini menunjukkan bahwa usaha peningkatan produksi cabai merah besar berada dalam kondisi yang cukup kuat secara internal dan menghadapi peluang eksternal yang sangat besar. Secara internal, potensi wilayah seperti agroklimat yang sesuai, pengalaman petani yang memadai, serta tersedianya tenaga kerja keluarga menjadi modal penting untuk mendukung peningkatan produksi, meskipun masih terdapat kelemahan seperti teknik budidaya yang belum modern, keterbatasan modal, serta pengelolaan pascapanen yang belum optimal. Sementara itu, faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang pengembangan komoditas ini sangat terbuka, ditandai dengan tingginya permintaan pasar, dukungan pemerintah, peluang kemitraan, dan membaiknya infrastruktur.

Aspek kelembagaan merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan suatu usaha tani. Kelembagaan Petani (A) mencakup legalitas kelompok, partisipasi anggota, kinerja pengurus, frekuensi pertemuan, dan kapasitas kelompok, yang bertujuan untuk memastikan kelompok tani berfungsi secara efektif dan anggotanya aktif terlibat. Kelembagaan Pembiayaan (B) menekankan pada akses terhadap kredit, kecukupan modal, kemudahan proses, serta peran koperasi dalam mendukung kebutuhan modal usaha tani



agar produksi dapat berjalan lancar. Kelembagaan Penyuluhan & Informasi (C) meliputi akses terhadap penyuluh pertanian (PPL), pelatihan, informasi harga dan teknologi, serta komunikasi antar anggota, yang berfungsi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani sehingga mereka dapat mengadopsi praktik pertanian terbaik.

Kelembagaan Pemasaran (D) berkaitan dengan saluran pemasaran, posisi tawar, pemasaran kolektif, dan akses ke pasar modern, yang membantu petani menjual hasil panen dengan harga yang menguntungkan. Kelembagaan Sarana & Prasarana (E) mencakup ketersediaan input pertanian, infrastruktur, dan alat-alat pertanian yang mendukung kelancaran proses produksi. Terakhir, Kelembagaan Aturan & Norma Lokal (F) menekankan pentingnya gotong-royong, aturan kelompok, dan kerjasama antar kelompok, yang menciptakan tata kelola sosial yang harmonis dan mendukung keberlanjutan usaha tani. Dengan memahami dan mengelola aspek-aspek kelembagaan ini secara baik, kelompok tani dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kesejahteraan anggotanya, sekaligus memperkuat daya saing usaha tani di pasar.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Usahatani cabai merah besar di Kecamatan Semende Darat Ulu memiliki potensi internal yang kuat, seperti agroklimat yang sesuai, pengalaman petani, tenaga kerja keluarga, dan budaya gotong-royong, meskipun masih terdapat kelemahan seperti teknik budidaya yang belum modern, keterbatasan modal, dan pengelolaan pascapanen yang belum optimal. Faktor eksternal juga mendukung, dengan tingginya permintaan pasar, dukungan pemerintah, peluang kemitraan, dan perbaikan infrastruktur. Dengan posisi pada Kuadran I (Grow and Build), strategi yang direkomendasikan adalah pertumbuhan agresif melalui modernisasi budidaya, penguatan kelembagaan petani, akses modal, dan pengembangan kemitraan pemasaran, sehingga produksi cabai merah besar dapat ditingkatkan dan menjadi komoditas unggulan daerah.
2. Manajemen kelembagaan usahatani cabai merah besar di Kecamatan Semende Darat Ulu cukup efektif, mendukung koordinasi, akses modal, informasi, teknologi, dan pemasaran. Penguatan kelembagaan dan pemanfaatan peluang eksternal memungkinkan strategi peningkatan produksi melalui modernisasi budidaya, kemitraan pasar, dan optimalisasi sarana-prasarana.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dapat dibagi untuk tiga pihak:

1. Bagi Petani:

- a. Tingkatkan partisipasi aktif dalam kelompok tani dan kegiatan gotong-royong.
- b. Manfaatkan pembiayaan dari koperasi atau lembaga keuangan untuk modal usaha.
- c. Ikuti pelatihan dan penyuluhan agar menguasai teknik budidaya modern dan pengendalian hama.
- d. Gunakan sistem pemasaran kolektif untuk memperkuat posisi tawar dan mengurangi risiko fluktuasi harga.

2. Bagi Dinas Terkait (Pertanian, Perdagangan, dan Infrastruktur):

- a. Memperluas akses pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan bagi kelompok

tani.

- b. Mendukung kemudahan akses pembiayaan dan modal usaha pertanian.
- c. Memfasilitasi infrastruktur dan sarana produksi yang memadai, termasuk distribusi input dan akses pasar.
- d. Mendukung pembentukan dan penguatan kelembagaan petani serta penerapan norma dan aturan lokal untuk keberlanjutan usaha tani.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a. Meneliti efektivitas strategi modernisasi budidaya dan teknologi pertanian pada cabai merah besar.
- b. Mengkaji dampak kelembagaan pemasaran kolektif terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani secara lebih mendalam.
- c. Mengevaluasi peran modal sosial dan norma lokal dalam keberhasilan kelompok tani di wilayah lain untuk generalisasi temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Praktek. Rineka Cipta. Jakarta.
- Bunator. 1997. Penelahan Usahatani dan Usaha-Usaha Pengembangan Program Bantuan dan Reboisasi. Bogor.
- Azmi., Z (2025). Strategi Peningkatan Total Factor Productivity Padi Melalui Perbaikan Infrastruktur Pertanian. Jurnal Perencanaan Pembangunan Pertanian, Vol 2 No. 1.
- Dharma Saputra, I. M. A., & Wenagama, I. W. (2019). Analisis Efisiensi Faktor Produksi Usahatani Cabai Merah di Desa Buahon, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, 8(1), 32–60.
- Departemen Pertanian, 2004. Profil Kawasan Agropolitan Mengenal Lebih Dekat Kawasan Agropolitan. Pusat Pengembangan Kewirausahaan Agribisnis. Badan Pengembangan Sumberdaya Manusia Pertanian.
- Departemen Pertanian. Djuwari. 1993. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Friedmann dan Douglass. 1975. Pengembangan Agropolitan : Menuju Siasat Baru Perencanaan Regional di Asia. The Seminar on Industrialization Strategies and The Growth Pole Approach to Regional Planning and Development :
- Fatchur R. (2018) Strategi Pengembangan Usahatani Cabai Rawit (*Capsicum frutescens*). Media trend. Gujarati. 1993. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hadisapoetra, S. 1983. Biaya dan Pendapatan di Dalam Usahatani. Departemen Ekonomi Pertanian, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hardiyanto, T. (2024). Analisis Efisiensi Ekonomi dan Produksi Optimal Usahatani Cabai (*Capsicum Annum L.*) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Petani. AGRITEKH (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan).
- Huanza, M., Sari, Y., Putri, T. W. S., & Amalina, D. (2025). Effectiveness Of Gapoktan As Formal Farmer Group In Supporting Sustainable Rice Farming. *Journal of Agri Socio Economics and Business*, 7(01). <https://doi.org/10.31186/jaseb.07.1.29-44>
- Hernanto, F. 1996. Ilmu Usaha Tani, Penebar Swadaya, Jakarta
- Institut Pertanian Bogor, 2004. Pengembangan Agropolitan Sebagai Strategi Pembangunan Desa dan Wilayah Secara Berimbang. Pusat Pengkajian Perencanaan dan Pengembangan Wilayah IPB dan

- Penataan Pengembangan Desa Terpadu (P4W – IPB dan P3PT).
- Mukti, M. W., Fikry, M. A., Tama, F. N., Qowim, M. M., & Fanany, A. I. (2022). Efisiensi Teknis Pada Petani Cabai Merah Besar Mitra Indofood di Kecamatan Rengel, Kabupaten Tuban. *Jurnal Agrium*, 4(2), 65–70.
- Novia C.L. (2017), Strategi pengembangan Cabai Kriting, *Agri Sosial Ekonomi Unsrat*, ISSN 1907 Volume 13 no. 2A.
- Prayitno, I. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi usahatani cabe merah, Universitas Bojonegara.
- Prayitno, I. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi usahatani cabe merah, Universitas Bojonegara.
- Pratama, W, Nurmalinga dan Rosiana, N (2023). Efisiensi Pemasaran Bunga Potong Krisan di Kabupaten Cianjur (Marketing Efficiency of Chrysanthemums Cut Flowers in Cianjur District). *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*. Vol 28 No. 1.
- Purwasih, R., Bahtera, N. I., & Yulia, Y. (2023). Pemahaman Mengenai Produksi dan Tingkat Efisiensi Teknis Cabai Merah di Kabupaten Bangka Tengah. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 7(2).
- Putri, V. J., Herison, C., Handajaningsih, M., Simarmata, M., Rustikawati, & Sukisno. (2022). Adaptasi Pertumbuhan dan Produktivitas 20 Genotipe Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) di Dataran Rendah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, 27(1). <https://doi.org/10.31186/jipi.27.1.40-46>
- Rasidin, R., Tanro, S. F., Ismail, I., & Rusnah, R. (2021). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) di Kecamatan Watang Pulu, Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Riset Agribisnis dan Peternakan*, 6(2), 51–58. <https://doi.org/10.37729/jrap.v6i2.1808>
- Renaldi, E., Pardian, P., & Kuswatim, S. H. (2024). Analisis Efisiensi Struktur Rantai Pasok Agribisnis Cabai Merah Besar di Desa Sindulang, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pertanian Agros*, 27(3). <https://doi.org/10.37159/jpa.v27i3.110>
- Rustiadi, E dan S. Hadi, 2004. Pengembangan Agropolitan Sebagai Strategi
- Siregar, S, Sirojuzilam, Sumono dan Supriana, T (2018). *Social Capital Identification And Its Effect On Corn Farming Productivity In Simalungun District. Proceeding Internasional Conference on Sustainable Agriculture and Natural Resources Manajemen*. Vol 2 No. 1.
- Saridewi, L. P. (2014). Efisiensi Usahatani Cabai Merah di Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*.
- Tanjung, H (2020). *The Role of Self-Supporting Extension Agent in Institutional Development of Farmers in Sijunjung Regency and West Pasaman Regency*. *Jurnal Jerami*. Vol 2 No. 2.
- Wijayanti, N. W. A., Dewi, R. K., & Widianegara, I. W. (2018). Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Usahatani Cabai Merah di Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 7(2), 307–315.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN