

Strategi Pengembangan Agribisnis Jahe Merah Instan Produksi Kelompok Tani Pucang Sari, Kelompok Tani Sinar Cabe dan Kelompok Wanita Tani Sri Tanjung di Kabupaten Banyuwangi

Agribusiness Development Strategy for Instant Red Ginger Produced by Kelompok Tani Pucang Sari, Kelompok Tani Sinar Cabe and Kelompok Wanita Tani Sri Tanjung in Banyuwangi Regency

Margawati Nur Wulandari^{#1}, Ridwan Iskandar, Sri Sundari

[#]Magister Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

¹margawatinurwulandari@gmail.com

ABSTRAK

Minuman instan ekstrak jahe merah dimanfaatkan untuk menciptakan produk yang praktis dan efisien, sehingga diharapkan diperoleh manfaat bagi kesehatan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis jahe merah instan produksi kelompok tani di Kabupaten Banyuwangi. Metodologi yang digunakan adalah Evaluasi faktor internal dan eksternal selanjutnya dipetakan dalam matriks IFE EFE, dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk menghasilkan strategi kompetitif alternatif dan menerapkan strategi pengembangan. Analisis SWOT digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis pada pengembangan agribisnis jahe merah instan ini, dilanjutkan analisis menggunakan AHP untuk mengetahui alternatif strategi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan agribisnis ini. Hasil penelitian menunjukkan nilai IFE dengan total score keseluruhan indikator internal yaitu sebesar 3,48 artinya agribisnis jahe merah instan ini dalam kategori kuat atau tinggi. Total score keseluruhan indikator eksternal pada matrik EFE yaitu 2,76 yang artinya agribisnis jahe merah instan dalam kategori rata-rata atau menengah. Pemetaan matriks IFE-EFE dilanjutkan dengan analisis SWOT memberikan delapan alternatif strategi, selanjutnya 8 alternatif strategi menghasilkan strategi prioritas yaitu mempertahankan pengembangan jahe merah oleh kelompok tani guna dapat meminimalisir fluktuasi harga bahan baku dengan jumlah nilai sebesar 1,30. Sehingga alternatif strategi mempertahankan pengembangan jahe merah oleh kelompok tani guna dapat meminimalisir fluktuasi harga bahan baku dapat diterapkan untuk membangun keunggulan kompetitif dan kemajuan Agribisnis Jahe Merah Instan Produksi Kelompok Tani di Kabupaten Banyuwangi.

Kata kunci — Minuman Instan, SWOT, AHP

ABSTRACT

Red ginger extract instant drink is used to create practical and efficient products, so that health benefits are expected. The purpose of this study was to analyze the strategy of developing instant red ginger agribusiness produced by farmer groups in Banyuwangi Regency. The methodology used is the evaluation of internal and external factors which are then mapped in the IFE EFE matrix, followed by a SWOT analysis to generate alternative competitive strategies and implement development strategies. SWOT analysis is used to compile strategic factors in the development of this instant red ginger agribusiness, followed by analysis using AHP to find out alternative strategies that are the main priorities in the development of this agribusiness. The results showed that the IFE value with the total score of the overall internal indicators was 3.48, meaning that this instant red ginger agribusiness was in the strong or high category. The total score of all external indicators in the EFE matrix is 2.76, which means instant red ginger agribusiness is in the average or medium category. Mapping the IFE-EFE matrix followed by a SWOT analysis provides eight alternative strategies, then 8 alternative strategies produce a priority strategy, namely maintaining red ginger development by farmer groups in order to minimize fluctuations in raw material prices with a total value of 1.30. So that an alternative strategy to maintain the development of red ginger by farmer groups in order to minimize fluctuations in the price of raw materials can be applied to build a competitive advantage and the progress of Instant Red Ginger Agribusiness Production of Farmers Groups in Banyuwangi Regency.

Keywords — Red Ginger, SWOT, AHP



© 2022. Margawati Nur Wulandari, Ridwan Iskandar, Sri Sundari



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Indonesia adalah Negara agraris yang sebagian besar mata pencaharian penduduknya adalah bercocok tanam. Indonesia sebagai negara tropis dikenal dengan julukan *live laboratory* karena dianggap memiliki sekitar 90% dari total jenis tumbuhan berkhasiat di dunia. Ada berbagai macam jenis tanaman obat-obatan yang ada di Indonesia, salah satunya yang sangat banyak dibudidayakan dan mempunyai nilai ekonomis yang cukup tinggi adalah jahe [1].

Pengembangan budidaya jahe merah di Indonesia telah banyak dilakukan di banyak tempat seperti Rejang Lebong (Bengkulu), Bogor, Malang, Bojonegoro, Banyuwangi dan dimanfaatkan untuk bahan obat herbal serta bahan minuman. Hasil budidaya jahe merah di berbagai daerah telah menunjukkan hasil yang menggembirakan dan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat setempat [2].

Jahe banyak dibudidaya karena jahe merupakan tanaman yang memiliki banyak kandungan yang sangat bermanfaat. Rasa pedas yang muncul dan menghangatkan, serta peranannya sebagai obat berhubungan erat dengan fungsinya sebagai anti-oksidan [3]. Jahe merah hanya tumbuh pada bulan-bulan tertentu saja, sehingga keberadaannya cukup langka, itu sebabnya harganya pun jauh lebih mahal jika dibandingkan jahe emprit dan jahe gajah. Mempertahankan umur simpan jahe merah itu sendiri diperlukan metode-metode untuk pengawetan jahe merah. Salah satu metode yang digunakan adalah pengeringan yaitu dengan mengubah jahe merah menjadi serbuk jahe merah (jahe merah instan) [4].

Jahe merah instan merupakan bahan kering dengan kadar air sekitar 10 - 20 %, dan kadar gula tinggi (>100%) [5]. Kondisi ini memungkinkan jahe merah instan dapat disimpan lama karena kebanyakan mikroba tidak dapat tumbuh pada bahan. Jahe merah instan biasanya digunakan dengan cara diseduh dengan air panas dan diminum pada waktu cuaca dingin atau dapat ditambah es yang dapat diminum pada musim panas selain itu juga membantu pencernaan [6].

Beberapa kelompok tani yang ada di Banyuwangi juga mengembangkan usaha minuman jahe instan ini. Kelompok tani yang

mengembangkan usaha minuman jahe instan khususnya jahe merah di antaranya adalah kelompok tani Pucang Sari Desa Jambé Wangi Kecamatan Sempu, Kelompok Tani Sinar Cabe Desa Sumber Mulyo Kecamatan Pesanggaran dan Kelompok Wanita Tani Sri Tanjung Desa Wonosobo Kecamatan Srono.

Diperlukan upaya untuk mengembangkan usaha agribisnis jahe merah instan ini karena jahe merah instan banyak dikenal oleh masyarakat, dan produk ini belum banyak tersedia di pasaran sehingga peluang usaha pembuatan jahe merah instan ini terbuka lebar. Penting dilakukan analisis terkait dengan Analisis Strategi SWOT. Teori SWOT meliputi *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman) [7].

Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani yang memproduksi jahe merah instan di Kabupaten Banyuwangi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal serta merumuskan alternatif strategi menjadi prioritas strategi dalam pengembangan Agribisnis Jahe Merah Instan Produksi Kelompok Tani di Kabupaten Banyuwangi.

2. Metode Penelitian

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di tiga kecamatan yang berbeda yaitu Kelompok Tani Pucang Sari Desa Jambewangi Kecamatan Sempu, Kelompok Tani Sinar Cabe Desa Sumber Mulyo Kecamatan Pesanggaran dan Kelompok Wanita Tani Sri Tanjung desa Wonosobo Kecamatan Srono. Penelitian ini dilaksanakan selama $\pm$ 6 bulan (bulan November 2021 sampai dengan Mei 2022) dari tahap awal sampai tahap penyelesaian penelitian.

2.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi sampel yang mempunyai pengetahuan dan terlibat memberikan pendapat dalam strategi pengembangan agribisnis jahe merah instan produksi kelompok tani yang ada di Kabupaten Banyuwangi [8].

Adapun responden pada analisis faktor internal dan eksternal sebanyak 14 orang yang



terdiri dari 2 orang Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi; 3 orang dari Ketua Kelompok Tani, 3 orang Bagian Produksi, 3 orang bagian Pemasaran dan 3 orang Penyuluh Pertanian dari Kecamatan Sempu, Pesanggaran dan Srono. Dilanjutkan dengan kepentingan dalam analisis AHP dipilih 8 orang expert diantaranya 3 orang masing-masing terdiri dari ketua kelompok tani produsen, 3 orang terdiri dari penyuluh pertanian, 2 orang terdiri dari Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi (Kepala Bidang Hortikultura dan Perkebunan; dan Kepala Bidang Ketahanan Pangan).

2.3. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan didukung oleh konsep analisis SWOT. Analisis SWOT untuk menggambarkan dan menentukan alternatif strategi dari faktor internal dan faktor eksternal yang ada [9].

Terdapat tahapan dalam analisis SWOT adalah: (1) identifikasi faktor internal dan eksternal, (2) pemberian bobot setiap faktor, (3) pemberian rating/ peringkat, (4) pemberian skor dan (5) tahap pencocokan matrik I-E dan matrik SWOT [10].

Dilanjutkan analisis menggunakan metode AHP, berikut tahapannya: (1) membuat struktur hierarki yang diawali dengan tujuan umum, (2) membuat matriks perbandingan berpasangan, dan (3) memeriksa konsistensi hierarki, jika nilainya lebih dari 0,1 maka penilaian dari judgement harus diperbaiki.

3. Hasil dan Pembahasan

Peneliti dalam pelaksanaannya melakukan audit internal dan eksternal. Faktor-faktor internal pada pengembangan agribisnis ini terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Analisis lingkungan eksternal meliputi peluang dan ancaman yang ada pada usaha ini. Berikut faktor-faktor internal dan eksternal pada agribisnis jahe merah instan:

3.1.1. Faktor Internal

Tujuan dari identifikasi faktor internal dari agribisnis jahe merah instan ini guna mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Berikut indikator faktor kekuatan: adanya kelompok tani yang mengembangkan jahe merah, produk lokal yang berkhasiat dan memiliki manfaat, proses pembuatan produk mudah, produk terjangkau dan diterima baik oleh konsumen dan memiliki ijin PIRT. Faktor kelemahan diantaranya adalah: kompetensi SDM yang terbatas/ belum memadai, belum adanya standarisasi dan SOP yang dijalankan, pemasaran yang belum optimal dan keterbatasan modal untuk pengembangan usaha.

Tabel 1 merupakan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) yang diketahui bahwa terdapat indikator kekuatan yang paling tinggi yaitu proses pembuatan produk mudah dengan score sebesar 0,46. Sedangkan, indikator kelemahan yang paling tinggi adalah keterbatasan modal untuk pengembangan usaha dengan score sebesar 0,39. Total score keseluruhan indikator internal yaitu sebesar 3,48 dimana angka tersebut mempresentasikan bahwa posisi internal dari agribisnis jahe merah instan ini dalam kategori strategi kuat atau tinggi.

Tabel 1. Hasil Matriks IFE Pengembangan Agribisnis Jahe Merah Instan

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1	Adanya kelompok tani yang mengembangkan jahe merah	0,12	3,64	0,42
2	Produk lokal yang berkhasiat dan memiliki manfaat	0,11	3,50	0,39
3	Proses pembuatan produk mudah	0,12	3,79	0,46
4	Produk terjangkau dan diterima baik oleh konsumen	0,11	3,57	0,41
5	Memiliki ijin PIRT	0,11	3,29	0,35
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Score
1	Kompetensi SDM yang terbatas/ belum memadai	0,11	3,21	0,33



2	Belum adanya standarisasi dan SOP yang dijalankan	0,12	3,43	0,38
3	Pemasaran yang belum optimal	0,12	3,36	0,36
4	Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha	0,13	3,50	0,39
Total		1,00		3,48

3.1.2. Faktor Eksternal

Tujuan dari identifikasi faktor eksternal dari agribisnis jahe merah instan ini guna mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman. Berikut indikator faktor peluang: dukungan pemerintah untuk pengembangan UMKM olahan pangan lokal, kemajuan teknologi informasi untuk pemasaran, kesadaran masyarakat akan kesehatan dengan konsumsi produk-produk herbal, meningkatnya tren ekonomi kreatif melalui pemanfaatan sumber daya lokal dan perkembangan teknologi produksi pangan olahan. Faktor ancaman diantaranya yaitu adanya produk olahan yang sama dari kompetitor, adanya produk sejenis/

substitusi, fluktuasi harga bahan baku dan daya beli masyarakat yang menurun akibat pandemi Covid-19.

Tabel 2 merupakan Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) yang diketahui bahwa indikator peluang yang paling tinggi yaitu kesadaran masyarakat akan kesehatan dengan konsumsi produk-produk herbal dengan score sebesar 0,45. Sedangkan, indikator ancaman yang paling tinggi adalah daya beli masyarakat yang menurun akibat pandemi Covid-19 dengan score 0,37. Total score keseluruhan indikator yaitu 2,76 dimana angka tersebut mempresentasikan bahwa posisi eksternal dari agribisnis jahe merah instan ini dalam kategori rata-rata atau menengah.

Tabel 2. Hasil Matriks EFE Pengembangan Agribisnis Jahe Merah Instan

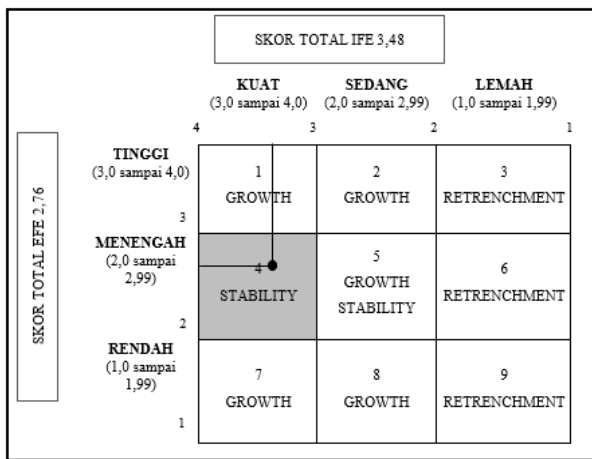
No	Peluang	Bobot	Rating	Score
1	Dukungan pemerintah untuk pengembangan UMKM olahan pangan lokal	0,12	2,93	0,35
2	Kemajuan teknologi informasi untuk pemasaran	0,12	2,93	0,35
3	Kesadaran masyarakat akan kesehatan dengan konsumsi produk-produk herbal	0,14	3,29	0,45
4	Meningkatnya tren ekonomi kreatif melalui pemanfaatan sumber daya lokal	0,12	3,00	0,37
5	Perkembangan teknologi produksi pangan olahan	0,11	2,57	0,27
No	Ancaman	Bobot	Rating	Score
1	Adanya produk olahan yang sama dari kompetitor	0,09	2,29	0,22
2	Adanya produk sejenis/ Substitusi	0,10	2,36	0,23
3	Fluktuasi harga bahan baku	0,08	1,86	0,14
4	Daya beli masyarakat yang menurun akibat pandemi Covid-19	0,12	3,00	0,37
Total		1,00		2,76

3.1.3. Matriks Internal-Eksternal (I-E)

Tujuan dari matrik I-E ini sendiri adalah melihat posisi perusahaan untuk menetapkan strategi bisnis yang lebih detail dan disajikan ke dalam 9 kolom. Faktor internal dengan skor 3,48

dan faktor eksternal dengan skor 2,76 digunakan sebagai parameter. Berikut adalah gambar Matriks I-E:





Gambar 1. Hasil Matriks I-E Agribisnis Jahe Merah Instan

Dapat diketahui bahwa matriks I-E agribisnis jahe merah instan berada pada kolom 4 strategi *stability* artinya dari strategi tersebut agribisnis jahe merah instan ini tidak perlu mengubah strategi yang telah ditetapkan pada usaha ini.

3.1.4. Matriks SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menyusun alternatif strategi berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan oleh Agribisnis Jahe Merah Produksi Kelompok Tani di Kabupaten Banyuwangi. Hal ini ditunjukkan pada Tabel 1. di bawah ini:

a. Strategi S-O

Hasil identifikasi faktor kekuatan dan juga peluang yang ada di Agribisnis Jahe Merah Instan diperoleh strategi S-O dengan harapan

nantinya agribisnis ini dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan juga dapat memanfaatkan peluang yang sudah ada dengan sebaik mungkin.

b. Strategi S-T

Identifikasi faktor kekuatan dan juga ancaman yang ada di Agribisnis Jahe Merah Instan menghasilkan strategi S-T dengan tujuan nantinya agribisnis ini dapat memaksimalkan semua kekuatan yang dimiliki guna mengatasi ancaman yang ada pada usaha agribisnis jahe merah instan itu sendiri.

c. Strategi W-O

Strategi ini diperoleh dari identifikasi faktor kelemahan dan juga peluang yang ada di Agribisnis Jahe Merah Instan dengan harapan nantinya agribisnis ini dapat mengatasi kelemahan yang sudah ada dengan memanfaatkan peluang yang telah ada pada usaha agribisnis itu sendiri.

d. Strategi W-T

Strategi ini didapatkan dari mengidentifikasi faktor kelemahan dan juga ancaman yang ada di Agribisnis Jahe Merah Instan dengan harapan nantinya Agribisnis ini dapat meningkatkan kelemahan yang ada dengan pertimbangan ancaman yang dihadapi oleh usaha agribisnis jahe merah instan sehingga kelemahan dapat diatasi dengan baik.

Tabel 3. Hasil Matriks SWOT

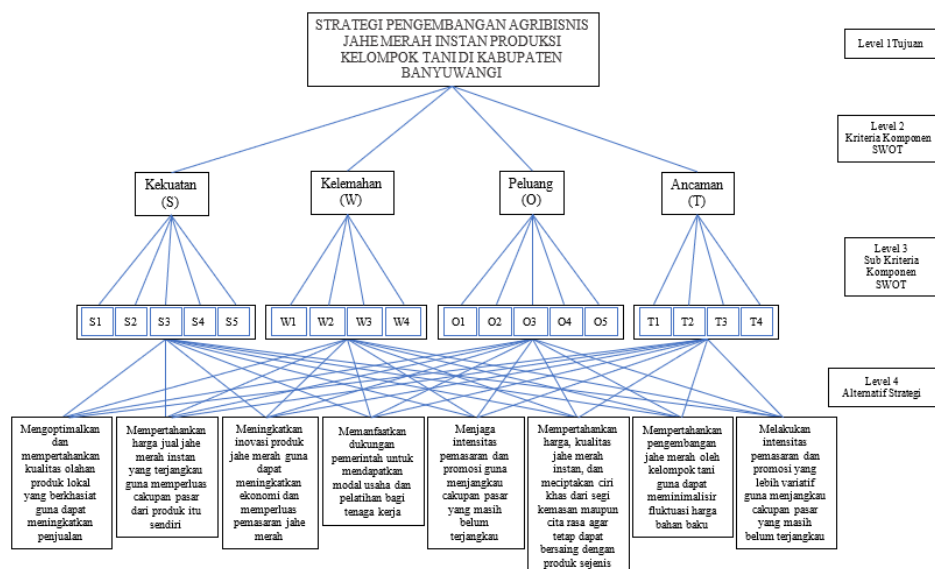
IFAS	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	S1 = Adanya kelompok tani yang mengembangkan jahe merah S2 = Produk lokal yang berkhasiat dan memiliki manfaat S3 = Proses pembuatan produk mudah S4 = Produk terjangkau dan diterima baik oleh konsumen S5 = Memiliki ijin PIRT	W1 = Kompetensi SDM yang terbatas/ belum memadai W2 = Belum adanya standarisasi dan SOP yang dijalankan W3 = Pemasaran yang belum optimal W4 = Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha
EFAS		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO	Strategi WO

O1 = Dukungan pemerintah untuk pengembangan UMKM olahan pangan lokal O2 = Kemajuan teknologi informasi untuk pemasaran O3 = Kesadaran masyarakat akan kesehatan dengan konsumsi produk-produk herbal O4 = Meningkatnya tren ekonomi kreatif melalui pemanfaatan sumber daya lokal O5 = Perkembangan teknologi produksi pangan olahan	Mengoptimalkan dan mempertahankan kualitas olahan produk lokal yang berkhasiat guna dapat meningkatkan penjualan. (S2, S3, S4, S5, O3, O4) Mempertahankan harga jual jahe merah instan yang terjangkau guna memperluas cakupan pasar dari produk itu sendiri. (S4, O1, O2, O4) Meningkatkan inovasi produk jahe merah guna dapat meningkatkan ekonomi dan memperluas pemasaran jahe merah. (S1, S5, O1, O2, O4, O5)	Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk mendapatkan modal usaha dan pelatihan bagi tenaga kerja. (W1, W2, W4, O1) Menjaga intensitas pemasaran dan promosi guna menjangkau cakupan pasar yang masih belum terjangkau. (W3, O2, O4)
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
T1 = Adanya produk olahan yang sama dari kompetitor T2 = Adanya produk sejenis/substitusi T3 = Fluktuasi harga bahan baku T4 = Daya beli masyarakat yang menurun akibat pandemi Covid-19	Mempertahankan harga, kualitas jahe merah instan, dan menciptakan ciri khas dari segi kemasan maupun cita rasa agar tetap dapat bersaing dengan produk sejenis. (S2, S3, S4, S5, T1, T4) Mempertahankan pengembangan jahe merah oleh kelompok tani guna dapat meminimalisir fluktuasi harga bahan baku (S1, T3, T4)	Melakukan intensitas pemasaran dan promosi yang lebih variatif guna menjangkau cakupan pasar yang masih belum terjangkau. (W3, T1, T4)

3.1.5. AHP (Analytical Hierarchical Process)

Struktur hierarki pada agribisnis jahe merah ini didasarkan pada alternatif analisis

SWOT. Berikut gambar struktur hierarki proses dalam pengembangan agribisnis jahe merah instan produksi kelompok tani di Kabupaten Banyuwangi:



Gambar 2. Struktur Hierarkhi Proses Strategi Pengembangan Agribisnis Jahe Merah Instan di Kabupaten Banyuwangi

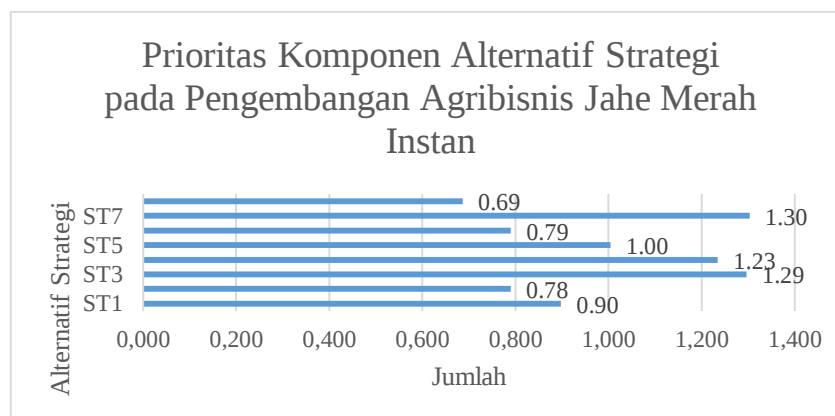
Berdasarkan alternatif strategi yang diperoleh dari analisis SWOT, terdapat 8 alternatif strategi. Berikut merupakan matriks berpasangan antar alternatif strategi yang dapat dilihat pada Tabel 3. Prioritas strategi yang pertama yaitu mempertahankan pengembangan jahe merah oleh kelompok tani guna dapat meminimalisir fluktuasi harga bahan baku (ST7), dengan jumlah nilai sebesar 1,30; adanya inovasi produk jahe merah guna dapat meningkatkan ekonomi dan memperluas pemasaran jahe merah (ST3), dengan jumlah nilai sebesar 1,29; memanfaatkan dukungan pemerintah untuk

mendapatkan modal usaha dan pelatihan bagi tenaga kerja (ST4), dengan jumlah nilai sebesar 1,23.

Penentuan faktor prioritas alternatif strategi pada penelitian ini memiliki nilai konsistensi (CR) sebesar 0,08. Nilai tersebut lebih kecil dari sama dengan 0,1 ($0,08 \leq 0,1$) sehingga perhitungan ini dikatakan konsisten. Gambar 3 merupakan grafik prioritas alternatif strategi yang mempengaruhi pengembangan agribisnis jahe merah instan produksi kelompok tani di Kabupaten Banyuwangi.

Tabel 4. Matriks perbandingan antar faktor alternatif strategi pengembangan jahe merah instan

Strategi	ST1	ST2	ST3	ST4	ST5	ST6	ST7	ST8	Jumlah	Priority Vector	Matriks Priority	Konsistensi
ST1	0.15	0.19	0.06	0.18	0.07	0.10	0.06	0.09	0.90	0.11	1.04	9.29
ST2	0.17	0.17	0.05	0.14	0.05	0.06	0.06	0.08	0.78	0.10	1.04	10.56
ST3	0.09	0.09	0.09	0.35	0.11	0.14	0.28	0.15	1.29	0.16	1.04	6.43
ST4	0.27	0.24	0.31	0.10	0.06	0.08	0.06	0.12	1.23	0.15	1.04	6.75
ST5	0.09	0.06	0.08	0.05	0.13	0.17	0.29	0.13	1.00	0.13	1.04	8.30
ST6	0.09	0.06	0.08	0.05	0.13	0.17	0.11	0.11	0.79	0.10	1.04	10.56
ST7	0.09	0.12	0.27	0.06	0.38	0.19	0.10	0.10	1.30	0.16	1.04	6.40
ST8	0.06	0.07	0.06	0.06	0.08	0.09	0.05	0.21	0.69	0.09	1.04	12.15
Jumlah	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	8.00	1.00	8.34	70.45
CI = 0.12			RI = 1.41			CR = $0.08 \leq 0.1$			λ Maks = 8.81			



Gambar 3. Grafik Prioritas Komponen Alternatif Strategi pada Agribisnis Jahe Merah Instan Produksi Kelompok Tani di Kabupaten Banyuwangi

4. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan menggunakan pendekatan SWOT dapat disimpulkan bahwa pengembangan Agribisnis Jahe Merah Instan ini

berada di posisi kolom ke 4 sehingga menunjukkan agribisnis ini berada pada posisi *stability* yang artinya tidak perlu mengubah strategi yang telah ditetapkan. Hasil faktor

internal (IFE) memiliki kategori strategi kuat/tinggi, sedangkan faktor eksternal (EFE) pada agribisnis ini memiliki kategori strategi rata-rata/menengah.

Dari 8 strategi yang ditawarkan, strategi yang menjadi prioritas dalam pengembangan agribisnis jahe merah instan berdasarkan perhitungan menggunakan metode AHP yaitu Mempertahankan pengembangan jahe merah oleh kelompok tani guna dapat meminimalisir fluktuasi harga bahan baku (ST7).

Daftar Pustaka

- [1] E. A. Nadia, "Efek pemberian jahe terhadap tekanan darah pada pasien hipertensi," *J. Med. Utama*, vol. 02, no. 01, pp. 343–348, 2020.
- [2] dkk Wijayanti, "Jurnal Abdimas Saintika," *J. Abdimas Saintika*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2019.
- [3] A. P. M. Mirza *et al.*, "Peningkatan Keterampilan Pembuatan Olahan Minuman Berbahan Dasar Jahe sebagai Usaha Menguntungkan pada Kelompok PKK Kecamatan Wajak," *J. KARINOV*, vol. 3, no. 3, pp. 181–188, 2020, [Online]. Available: <http://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/16413>.
- [4] dan E. H. K. Aryanti, Indah, Eva Sartini Bayu, "Identifikasi Karakteristik Morfologis dan Hubungan Kekerabatan pada Tanaman Jahe (Zingiber)," *J. Agroekoteaknologi Online*, vol. 3, no. 3, pp. 963–975, 2015.
- [5] W. A. Fauzan S, Diani F. R, Linda s. D, Qurrota A, "Pemberdayaan Masyarakat Desa Seketi Melalui Inovasi Olahan Jahe Merah," *Sinergi J. Pengabdian*, vol. Volume 2, no. 1, pp. 65–68, 2020.
- [6] B. Argawan *et al.*, "Pemanfaatan Digital Marketing Channel dalam Upaya Memperluas Pemasaran Produk Jahe Merah Instan Sarongge," *J. Pemberdaya. Masy. Indones.*, vol. 1, no. 1, pp. 187–203, 2019, doi: 10.21632/jpmi.1.1.187-203.
- [7] F. B. Harlan, A. Wirawan, and N. A. Maulida, "Analisis Swot Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setokok (Studi Kasus Komoditas Semangka)," *J. AGRISEP Kaji. Masal. Sos. Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, vol. 20, no. 01, pp. 69–80, 2021, doi: 10.31186/jagrisep.20.01.69-80.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung: Alfabeta, 2016.
- [9] F. Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, Cetakan 19. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- [10] R. . David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, Edisi 15. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2015.

