

INTISARI

Keterbatasan lahan produktif masih menjadi kendala dalam meningkatkan kesejahteraan petani di Indonesia. Pemerintah telah berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberi akses pemanfaatan lahan kawasan hutan. Selain itu pemerintah juga mendorong pemanfaatan lahan-lahan hutan milik secara intensif dengan pola agroforestri untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Talas beneng (*Xanthosoma undipes* K.Koch) adalah salah satu komoditi yang memiliki prospek bisnis yang baik untuk kegiatan agroforestri karena toleran naungan, produktivitas tinggi dan berpeluang ekspor. Penanaman talas beneng dengan pola agroforestri telah dikembangkan di Kabupaten Ciamis sejak tahun 2019, namun perkembangannya belum optimal dan kurang berkontribusi nyata terhadap perekonomian masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis usahatani talas beneng, menganalisis posisi usahatani talas beneng saat ini berdasarkan lingkungan internal-eksternal, dan merumuskan alternatif strategi pengembangannya. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan unit analisis dipilih pada kelompok usahatani talas beneng di Desa Sukamaju dan Desa Kutawaringin. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, angket dan wawancara mendalam terhadap para pihak yang terkait usahatani talas beneng di Kabupaten Ciamis. Data dianalisis dengan pendekatan kerangka kerja *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) dan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Hasil penelitian menunjukkan ada dua kelompok bisnis usahatani talas beneng di Kabupaten Ciamis berdasarkan jenis produk dan jaringan pemasarannya yaitu kelompok pertama yang memproduksi daun talas rajang kering dan langsung menjualnya ke pedagang besar atau eksportir dan kelompok kedua menjual daun talas basah kepada pedagang pengepul atau kelompok perajang dan kemudian menjual daun talas rajang kering tersebut kepada pedagang besar atau eksportir. Sembilan elemen bisnis kanvas usahatani talas beneng telah berjalan walaupun belum optimal. Posisi usahatani talas beneng saat ini berada pada kategori “jaga dan pertahankan” dengan strategi utama yang sesuai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Ada sepuluh rumusan alternatif strategi yang memungkinkan untuk mendukung strategi utama antara lain 1) ekstensifikasi usahatani untuk meningkatkan produksi dan penjualan; 2) bekerja sama dengan pemerintah/swasta untuk mengembangkan usaha; 3) diversifikasi produk untuk meningkatkan segmentasi pasar; 4) intensifikasi usahatani, menambah modal kerja, dan memperluas kemitraan; 5) fasilitasi pemerintah/swasta untuk meningkatkan manajemen pengelolaan usahatani; 6) mengoptimalkan potensi lahan dan produksi untuk mendapatkan peluang pasar yang lebih besar; 7) memanfaatkan sumber daya dan teknologi pengolahan untuk mengatasi gangguan hama dan faktor cuaca; 8) meningkatkan daya saing produk untuk mendapatkan peluang pasar yang lebih besar; 9) memperluas jalinan kemitraan untuk meningkatkan akses dan informasi pasar; 10) meningkatkan tata kelola usahatani untuk mengatasi gangguan hama dan faktor cuaca. Tiga alternatif diantaranya dipertimbangkan menjadi strategi prioritas antara lain intensifikasi usahatani yang didukung dengan modal kerja dan kerja sama kemitraan yang memadai, meningkatkan daya saing produk talas beneng, dan memperluas jalinan kemitraan untuk meningkatkan akses dan informasi pasar.

Kata kunci: manajemen strategi, model bisnis kanvas, SWOT, usahatani agroforestri, talas beneng, *Xanthosoma undipes*

ABSTRACT

Limited productive land remains the main obstacle to improving the welfare of Indonesian farmers. The government has attempted to improve community welfare by providing access to land in forested areas. In addition, the government encourages intensive use of private forest land using agroforestry patterns to increase productivity and income. Beneng taro (*Xanthosoma undipes* K.Koch) is a commodity that has good business prospects for agroforestry activities because it is shade tolerant, high productivity and has export opportunities. Beneng taro planting using an agroforestry pattern has been developed in Ciamis Regency since 2019, but its development has not been optimal and has not contributed significantly to the community's economy.

This study aims to determine the business model of taro beneng farming, determine its position of taro beneng farming based on the internal-external environments, and formulate alternative development strategies. The method used was a case study with the unit of analysis selected from taro farmer groups in Sukamaju Village and Kutawaringin Village. Data were collected through observations, questionnaires, and in-depth interviews with parties involved in taro beneng farming in the Ciamis Regency. Data were analyzed using the Business Model Canvas (BMC) framework approach, SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) analysis.

The results showed that there were two business groups of taro beneng farming in Ciamis Regency based on the type of product and marketing network: the first group produced dried taro leaves and sold them directly to wholesalers or exporters, and the second group sold wet taro leaves to collectors or chopper groups and then sold chopped dry taro leaves to wholesalers or exporters. Nine elements of the business model canvas of taro beneng farming have been running, although they are not yet optimal. Taro beneng farming is currently in the 'hold and maintain' category, with market penetration and product development being the main strategic choices. There are ten strategic formulations to support the current farming positions: 1) farming extensification to increase production and sales; 2) collaboration with the government/private sector to develop businesses; 3) product diversification to increase market segmentation; 4) farming intensification, increasing working capital, and expanding partnerships; 5) government/private facilitation to improve business management; 6) optimizing land and production potential to obtain larger market opportunities; 7) utilization of resources and processing technologies to overcome pest disturbances and weather factors; 8) increasing product competitiveness to gain greater market opportunities; 9) expanding partnerships to improve market access and information; and 10) improving farming management to overcome pest disturbances and weather factors. Three strategic alternatives were prioritized: farming intensification supported by adequate working capital and partnerships, increasing the competitiveness of taro beneng products, and expanding partnerships to improve market access and information.

Keywords: agroforestry farming, Business Model Canvas, strategic management, SWOT, taro beneng, *Xanthosoma undipes*