

## INTISARI

Perkembangan retail modern turut memicu kebutuhan pasokan sayuran organik dengan kuantitas yang cukup besar, kualitas yang baik, dan kontinuitas yang mendorong berkembangnya agribisnis sayuran organik, salah satunya adalah CV. Tani Organik Merapi (TOM). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor internal, faktor eksternal, dan alternatif strategi pengembangan agribisnis sayuran organik CV. Tani Organik Merapi (TOM) Kabupaten Sleman. Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan 10 responden yang terdiri dari Tenaga Kerja, Perangkat Desa dan Dinas Pertanian di Kabupaten Sleman. Analisis dilakukan dengan analisis IFE, analisis EFE, dan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pengembangan agribisnis sayuran organik CV. Tani Organik Merapi (TOM) berada pada kuadran IV atau strategi defensif, yaitu meminimalisir kelemahan untuk menghadapi ancaman. Strategi yang baik untuk diterapkan adalah strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) yaitu menggunakan platform *social media* sebagai media promosi, mengoptimalkan produksi lahan CV. TOM, dan memperketat pengawasan penanganan pasca panen hingga pemasaran.

Kata kunci : agribisnis sayuran organik, analisis IFE, analisis EFE, analisis SWOT, strategi pengembangan

### **ABSTRACT**

*The development of modern retail also triggers the need for supply of organic vegetables with a large enough quantity, good quality, and continuity that encourages the development of organic vegetable agribusiness, one of which is CV. Tani Organik Merapi (TOM). The aims of this research is to assess the internal factors, external factors, and alternative strategies for development strategy of organic vegetable agribusiness CV. Tani Organik Merapi (TOM) Sleman Regency. The basic method of this research is descriptive analysis with 10 respondents consisting of labor, village officials and Departement of Agriculture in Sleman Regency. The analysis was conducted with IFE analysis, EFE analysis, and SWOT analysis. The analysis showed that development strategy of organic vegetable agribusiness CV. Tani Organik Merapi (TOM) Sleman Regency are in quadrant IV or a defensive strategy, which is to minimize weaknesses to face threats. A good strategy to be applied is the W-T (Weaknesses-Threats) strategy, which is using a social media platform as a promotional medium, optimizing CV. TOM's land production, and tighten supervision of post-harvest handling to marketing.*

*Key words: organic vegetable agribusiness, IFE analysis, EFE analysis, SWOT analysis, development strategy*