



# Prospects for the Development of Organic Vegetable Agribusiness in North Oba Subdistrict, Tidore Kepulauan City

(Prospek Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik di Kecamatan Oba Utara Kota Tidore Kepulauan)

Nurdiyanawati Djumadil <sup>1✉</sup>, Haris Mahmud <sup>2</sup> dan Yunus.syafie <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Pertanian, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

E-mail : [nurdiyanawati.djumadil@unkhair.ac.id](mailto:nurdiyanawati.djumadil@unkhair.ac.id); [haris.mahmud@unkhair.ac.id](mailto:haris.mahmud@unkhair.ac.id);  
[yunus.syafie@unkhair.ac.id](mailto:yunus.syafie@unkhair.ac.id)

## Article Info:

Received : 28 April. 2025  
Accepted : 05 Mei 2025  
Online : 06 Mei 2025

## Article type :

<input type="checkbox"/>	Riview Article
<input type="checkbox"/>	Common Serv. Article
<input checked="" type="checkbox"/>	Research Article

## Keyword :

Prospects, Agribusiness development, Organic Vegetables, AHP

## Corresponding Author :

Nurdiyanawati Djumadil  
Universitas Khairun  
Ternate, Indonesia

## Email :

[nurdiyanawati.djumadil@unkhair.ac.id](mailto:nurdiyanawati.djumadil@unkhair.ac.id)

## Abstract

The market prospect of organic vegetable products in Ternate was quite developed, although it was still very small or only limited to the upper middle class. It becomes a potential in developing agribusiness by identifying opportunities in Oba Utara, including optimizing land production, supporting facilities and infrastructure, and tightening post-harvest to marketing using social media platforms as promotional media, as well as the development of modern retail that have fueled the need for sufficient organic vegetables supply in terms of good quality and continuity, which encourage the development of organic vegetable agribusiness. This study was carried out at the Gapoktan Timamo, West Ternate District, Ternate City, from May to October 2024. A survey using qualitative and quantitative methods was used in this study. The observed variables were indicators/criteria and selection of alternative strategies regarding the prospect of developing organic vegetable agribusiness. The Analytical Hierarchy Process (AHP) was used to analyze the data. The AHP results showed that there was inconsistency value based on the criteria for production facilities provider, subsystem production subsystem, marketing subsystem, and supporting institutional subsystem in prospects for organic vegetable development and based on prospect alternatives for organic vegetable development as a whole, which means that the analysis results were acceptable. The agribusiness subsystem criteria in the prospect of developing organic vegetable agribusiness as a whole, the most influential was the marketing subsystem with a weight value of 0.351. Marketing is an important part which connects production and consumption activities.



Copyright©2025, Nurdiyanawati Djumadil, Haris Mahmud, Yunus.syafie.

## I. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, masyarakat dunia mulai sadar bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian. Orang semakin arif dalam memiliki bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan rama lingkungan. Gaya hidup sehat dengan slogan "Back to Nature" telah menjadi trend baru meninggalkan pola

hidup lama yang menggunakan bahan kimia non alami (kimia sintetis ) dalam produksi pertanian. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi dapat diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan pertanian organik.

Sayuran organik merupakan produk hortikultura yang sangat diminati dalam pertanian organik saat ini untuk diusahakan. Karena

perspektif sayuran organik yang mengandung antioksidan 5-10 persen di atas sayuran non-organik dan kandungan nitrat sayuran organik diketahui 25 persen lebih rendah dibandingkan sayuran non-organik (Iriyani, D.N 2020). Hal ini membuat sayuran organik layak untuk dikonsumsi.

Pemerintah Kota Tidore Kepulauan melalui Dinas Pertanian dalam program pengembangan tanaman hortikultura khususnya sayuran organik yang salah satunya terletak di Kecamatan Oba Utara dikelola oleh beberapa kelompok usahatani yang sebelumnya pada pertanian non organik karena mampu memberikan beberapa keunggulan dalam pengembangan agribisnis sayuran dari hulu sampai hilir. Pada tahun 2020 program pemerintah dengan slogan usahatani yang ramah lingkungan menarik perhatian para pelaku usahatani yang antusias dalam pengembangan sayuran organik selain dari menyehatkan tubuh juga mempunyai nilai ekonomis tinggi.

Jenis sayuran organik unggulan yang sering dibudidayakan yaitu pakcoy, caisim dan bayam produktivitas dari tahun ke tahun yaitu, pada tahun 2020 sayuran organik pakcoy dengan total produksi 239.971 kg/tahun, caisim 415.625 kg/tahun, dan bayam 679.375 kg/tahun. Dan pada tahun 2021 pakcoy dengan total produksi 277.529 kg/tahun, caisim sebesar 742.929 kg/tahun, dan bayam 588.982 kg/tahun. Sedangkan pada tahun 2022 pakcoy dengan total produksi 477.505 kg/tahun, caisim 290.678 kg/tahun, dan bayam yaitu 145.065 kg/tahun (Dinas Ketahanan Pangan, 2022).

Prospek pasar produk sayuran organik di Kota Tidore Kepulauan cukup berkembang walaupun masih sangat kecil, hanya terbatas pada masyarakat menengah ke atas, namun segmentasi pasar sudah meluas ke beberapa wilayah di provinsi Maluku Utara. Hal ini menjadi potensi dalam pengembangan agribisnis dengan melihat peluang antara lain mengoptimalkan produksi lahan, sarana dan prasarana yang mendukung, memperketat pasca panen hingga pemasaran, menggunakan platform sosial media sebagai media promosi, dan juga perkembangan ritail modern Alfamart, Indomaret, dan ritail modern lokal lainnya turut memicu kebutuhan pasokan sayuran organik dengan kuantitas, berkualitas baik dan kontinuitas yang mendorong berkembangnya agribisnis sayuran organik. Namun selain prospek juga berbagai masalah dan kendala yang dihadapi antara lain belum ada insentif harga yang memadai untuk produsen

produk sayuran organik, perlu investasi mahal pada awal pengembangan karena harus memilih lahan yang steril dari bahan agrokimia, informasi pasar yang terbatas, dan kebijakan pemerintah tentang penentuan harga serta kelembagaan agribisnis yang belum terjangkau. Skema penelitian ini merupakan penelitian dasar dengan kesiapan terapan TKT 3, karena masih merupakan penelitian dasar yang membuktikan konsep fungsi dan karakteristik penting secara analitis dalam pengembangan agribisnis sayuran organik sesuai topik unggulan dengan isu strategi diversifikasi. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Prospek Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik di Kecamatan Oba Utara Kota Tidore Kepulauan, sedangkan tujuannya adalah untuk Menganalisis Prospek Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik dengan menggunakan Metode AHP

## METODE PENELITIAN

### 2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai Agustus 2024, meliputi tahap persiapan, pra observasi, pengambilan data, pengolahan data, analisis data dan pelaporan. Sedangkan tempat penelitian berlokasi di Kecamatan Oba Utara Kota Tidore Kepulauan.

### 2.2. Teknik Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel dilakukan secara *Non probability Sampling* yaitu menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yang merupakan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020). yaitu dengan memepertimbangkan bahwa Kecamatan Oba Utara Kota Tidore Kepulauan merupakan salah satu produksi sayuran organik yang cukup berkembang serta merupakan binaan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Tidore Kepulauan. Responden yang dipilih adalah seluruh anggota Kelompok Tani terdiri dari 50 orang, Responden pakar dari pihak pemerintah yaitu dinas pertanian, ketahanan pangan, penyuluhan, dan akademisi, serta konsumen sayuran organik.

### 2.3. Metode Pengumpulan dan Sumber Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi dan wawancara. Sedangkan sumber data berasal dari data primer diperoleh melalui wawancara langsung secara terstruktur dengan responden

menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan (kuesioner). Dan data sekunder diperoleh dari Dinas Pertanian dan Dinas Ketahanan Pangan Kota Tidore Kepulauan.

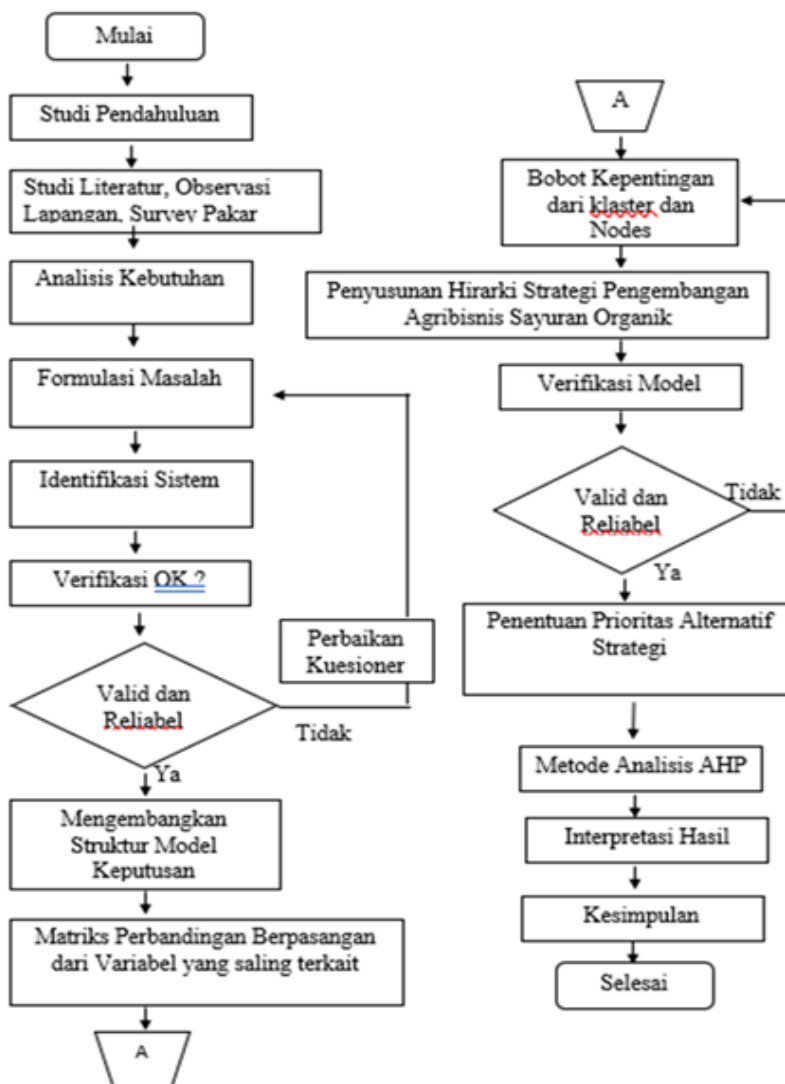
2.4. Jenis dan Variabel Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran yang berkaitan dengan prospek dan kendala dalam pengembangan agribisnis sayuran organik, kemudian dikuantitatifkan yaitu bernilai secara numerik dinyatakan dalam bilangan real (Syukriah. A. Imam H, 2021). Sedangkan Variabel penelitian yang akan diamati adalah indikator/kriteria dan pemilihan alternatif strategi dalam prospek pengembangan agribisnis sayuran organik. Adapun Variabel Kriteria; Subsistem penyedia

sarana produksi, Subsistem Produksi, Subsistem pemasaran, Subsistem Lembaga Penunjang.

2.5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan menggunakan metode Hirarki tujuannya untuk mengetahui dan mengelompokan indikator prospek pengembangan agribisnis sayuran organik dengan menentukan kriteria dan pemilihan alternatif strategi berdasarkan kesamaan karakteristik dalam pengambilan keputusan. Kriteria dan alternatif tersebut akan diklasifikasikan ke dalam satu atau lebih cluster (kelompok) sehingga kriteria yang berada dalam satu cluster akan mempunyai kemiripan satu dengan yang lain (Taib G, 2020). Alat analisis yang digunakan adalah *Expert choice 11*. Diagram alir penelitian dan langkah-langkah metode AHP dapat dilihat pada Gambar 1.



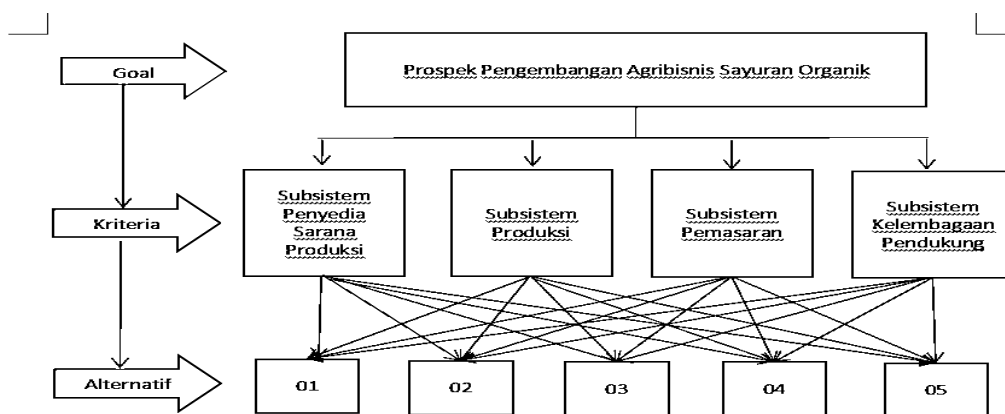
Gambar 1. Diagram Alir Penelitiandan Langka Langkah Metode AHP

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Analitycal Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan bobot dari level hirarki yang terbagi atas tiga level, terdapat satu tujuan yaitu proses

pengembangan sayuran organik yang ditinjau dari empat kriteria antara lain; subsistem penyedia sarana produksi, subsistem produksi, subsistem pemasaran, dan subsistem kelembagaan pendukung. Sedangkan alternatif strategi terdiri atas lima alternatif dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hirarki AHP Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik

Tabel 1. Alternatif Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik

Kode	Alternatif Strategi
01	Peningkatan Pengawasan terhadap sarana produksi budidaya sampai pemasaran sayuran organik
02	Mengembangkan produksi melalui peningkatan kualitas baik dari sarana dan hasil produksi, serta kuantitas dan kontinuitas sayuran organik
03	Kebijakan pemerintah dalam hal harga dan kelembagaan pendukung pengembangan agribisnis sayuran organik
04	Akses pasar melalui ritail modern sebagai kebutuhan pasokan sayuran organik
05	Mengembangkan platform sosial media sebagai media promosi sayuran organik

Hasil AHP Berdasarkan Kriteria Subsistem Penyedia Sarana Produksi Subsistem Produksi, Subsistem Pemasaran, Subsistem Kelembagaan Pendukung Dalam Prospek Pengembangan Sayuran Organik

Kriteria Subsistem Penyedia Sarana Produksi, Subsistem Produksi, Subsistem

Pemasaran, Subsistem Kelembagaan Pendukung. Secara keseluruhan hasil analisis memiliki nilai inconsistency ratio  $0,04 \leq 0,30$  yang berarti bahwa hasil analisis tersebut dapat diterima dan konsisten. Urutan prioritas dari masing-masing responden dapat dilihat pada Gambar 3.



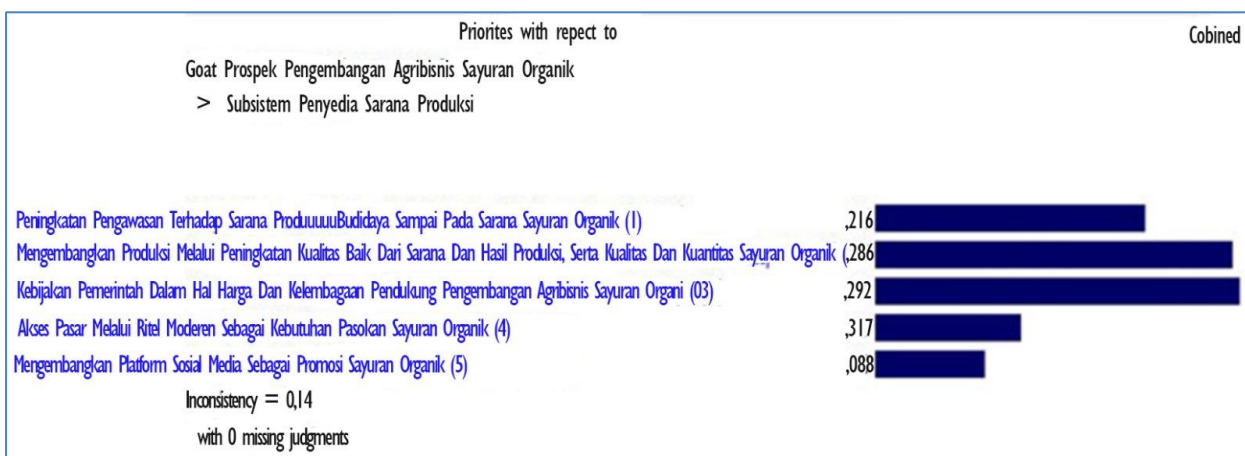
Gambar 3. Hasil AHP berdasarkan Kriteria Pengembangan Agribisnis sayuran Organik

Gambar 3 dalam urutan prioritas setelah kriteria menunjukkan adanya perbedaan dari masing-masing responden. Masing-masing responden setelah memilih kriteria, responden memilih kriteria Subsistem Penyedia Sarana Produksi, Subsistem Produksi, Subsistem Pemasaran, Subsistem Kelembagaan Pendukung Untuk bobot tertinggi kriteria dimiliki oleh Subsistem Pemasaran dengan nilai 0,351, bobot kedua Subsistem Produksi nilai 0,308. Dan bobot keempat penyedia sarana produksi dengan nilai bobot 0,259. Sedangkan kriteria terakhir yaitu Subsistem Kelembagaan Pendukung dengan bobot 0,082. Hal ini mengindikasikan bahwa skala prioritas berada pada kriteria subsistem pemasaran, artinya dalam pengembangan agribisnis sayuran organik di Kecamatan Oba Utara, pemasaran menjadi bagian penting yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi. Kegiatan pemasaran sayuran organik setelah produksi yang dilakukan oleh petani melalui lembaga pemasaran sebagai mitra yaitu pedagang pengumpul, ritail ojek, namun seiring

berjalannya waktu kontrak kerjasama antara keduanya mengalami kendala dikarenakan harga yang dibeli oleh ritail modern jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga jual dari pihak petani yang tidak layak karena korbakan biaya operasional yang lebih besar, sehingga yang terjadi ketidakseimbangan harga yang dapat merugikan petani. Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba yang dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak.

3.2. Hasil AHP Berdasarkan Alternatif Prospek Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik

Sub Kriteria Subsistem Penyedia Sarana Produksi dan secara keseluruhan hasil analisis memiliki nilai inconsistency ratio  $0,14 \leq 0,30$  yang berarti bahwa hasil analisis tersebut dapat diterima dan sedikit kurang konsisten. Urutan prioritas dari masing-masing responden dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Alternatif Perioritas Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik

Gambar 4 dalam urutan prioritas setelah alternatif menunjukkan adanya perbedaan dari masing-masing responden. Masing-masing responden setelah memilih alternatif, responden memilih Peningkatan Pengawasan Terhadap Sarana Produksi Budidaya Sampai Pada Pemasaran Sayuran Organik (O1), Mengembangkan Produksi Melalui Peningkatan Kualitas Baik Dari Sarana Dan Hasil Produksi, Serta Kuantitas Dan Kontinuitas Sayuran Organik (O2), Kebijakan Pemerintah Dalam Hal Harga Dan Kelembagaan Pendukung Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik (O3), Akses Pasar

Melalui Ritail Modern Sebagai Kebutuhan Pasokan Sayuran Organik (O4), Mengembangkan Platform Sosial Media Sebagai Media Promosi Sayuran Organik (O5). Untuk bobot tertinggi sub kriteria atau alternatif dimiliki oleh Kebijakan Pemerintah Dalam Hal Harga Dan Kelembagaan Pendukung Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik (O3) dengan nilai 0,292 Diikuti Mengembangkan Produksi Melalui Peningkatan Kualitas Baik Dari Sarana Dan Hasil Produksi, Serta Kuantitas Dan Kontinuitas Sayuran Organik (O2) dengan nilai 0,286. Sedangkan alternatif terakhir yaitu Mengembangkan Platform Sosial

Media Sebagai Media Promosi Sayuran Organik (O5) dengan bobot 0,088. Hal ini mengindikasikan bahwa pengembangan sayuran organik berada pada alternatif Kebijakan Pemerintah Dalam Hal Harga dan Kelembagaan Pendukung Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik (O3), artinya alternatif strategi signifikan dengan prioritas kriteria subsistem pemasaran. Prospek sekaligus kendala yang dialami petani adalah Faktor harga sayuran yang ditawarkan, karena harga komoditas pertanian ditentukan oleh pasar dan peran pemerintah yang menentukan harga pasar sebagai pihak yang menjaga kestabilan harga pasar terhadap barang baik secara langsung yaitu pemerintah harus menentukan harga pasar dengan penetapan harga minimum (*floor price*) dan harga maksimum (*ceiling price*). Penetapan harga tersebut dilakukan agar tidak ada tengkulak atau pedagang pengumpul atau lembaga saluran pemasaran yang membeli sayuran diluar harga yang telah ditetapkan pemerintah. Sedangkan penentuan harga pasar secara tidak langsung yang dilakukan pemerintah melalui kebijakan pemberian subsidi yang hanya diberikan untuk subsistem produksi yaitu sarana produksi agar dapat menekan biaya produksi.

Kelembagaan pendukung pengembangan agribisnis sayuran organik pada petani melalui kelompok tani adalah pemerintah, sebagai petani binaan melalui subsidi sarana produksi dan penyuluhan pertanian. Lembaga penunjang lain adalah Lembaga Swadaya Masyarakat turut mewadahi sebagai akses pasar, namun berjalan kurang maksimal, karena permintaan pasar sayuran organik hanya pada kalangan konsumen tertentu. Lembaga penunjang pertanian atau

subsistem agrosupport sangat penting dalam menunjang sistem agribisnis sayuran organik baik subsistem agroinput, subsistem agronomi, dan subsistem agroniaga sebagai satu kesatuan secara keseluruhan untuk mencapai suatu tujuan agribisnis itu sendiri.

#### IV. PENUTUP

Berdasarkan tujuan dan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kriteria subsistem agribisnis dalam prospek pengembangan agribisnis sayuran organik secara keseluruhan yang paling berpengaruh adalah subsistem pemasaran dengan nilai bobot 0,351. Pemasaran menjadi bagian penting yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi. Alternatif strategi yang dalam prospek pengembangan agribisnis sayuran organik yang paling berpengaruh adalah alternatif strategi ketiga yaitu Kebijakan Pemerintah dalam hal Harga dan Kelembagaan Pendukung Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik dengan nilai bobot 0,292, artinya pemerintah harus menentukan harga pasar dengan penetapan harga minimum (*floor price*) dan harga maksimum (*ceiling price*). Penetapan harga tersebut dilakukan agar tidak ada tengkulak atau pedagang pengumpul atau lembaga saluran pemasaran yang membeli sayuran di luar harga yang telah ditetapkan pemerintah. Sedangkan penentuan harga pasar secara tidak langsung yang dilakukan pemerintah Kota Ternate melalui kebijakan pemberian subsidi yang hanya diberikan untuk subsistem produksi yaitu sarana produksi agar dapat menekan biaya produksi.

#### REFERENSI

- Iriyani DN, 2020. Komparasi Nilai Gizi Sayuran Organik dan Non Organik pada Budidaya Pertanian Perkotaan di Surabaya. *Jurnal Matematika Sains dan teknologi* 18 (1)
- Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Maluku Utara 2020. *Jumlah Produksi Sayuran Organik*. Provinsi Maluku Utara
- Firda Emiria, Purwandani H, 2014. Pengembangan Pertanian Organik di Kelompok Tani Madya Desa Kobonagung Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penyuluhan* Vol.10 No.2
- Bargumono. 2016. *Pertanian Organik*. Global Pustaka Utama. Yogyakarta.
- Pracaya. 2007. *Bertanam Sayuran Organik di Kebun, Pot, dan Polybag*. Penebar Swadaya. Depok.
- Siti Amina R at al, 2021. Uji Pupuk Organik dan Nitrogen pada Sawi Pakcoy (*Brassica rapa L*) di Lahan Kering. *Jurnal Klorofil: Jurnal Ilmu Ilmu Pertanian* Vol.16 No 1
- Alviani P. 2015. *Bertanam hidroponik Untuk Pemula Cara Bertanam Cerdas di Lahan Terbatas*. Jakarta: Bibit Publisher

- Haryanto, E., dan Tina S.2012. Sawi dan Selada. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sunarjono, H. 2004. Bertanam Sawi dan Selada. Penebar Swadaya. Jakarta. 2015. Bertanam 36 Jenis Sayur. Penebar Swadaya. Depok
- Supriati, Yati Dan ErsiHerlina. 2008. Bertanam 15 Sayuran Organik Dalam Pot. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rukmana, 2005. Budidaya bawang daun. Penerbit Kanisius. Yogyakarta. 85 hal.
- Rati Dwi at al, 2021. Analisis Potensi dan Pengembangan Agribisnis Sayuran di Kabupaten Karanganyar. Jurnal Ilmiah Agrinica Vol 21 No,1
- Taufik M, 2012. Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran di Sulawesi Selatan. Jurnal Litbang Pertanian 31 (2)
- Prayitno A at al, 2012. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Sayuran Unggulan di Asosiasi Aspakusa Makmur Kabupaten Boyolali. Jurnal Mediagro: Jurnal Ilmu Ilmu Pertanian Vol. 8 No.2
- Mubiyarto, 2007. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta, LPES
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syukriah A. Imam H, 2013. Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui Comparative Advantage Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 Di Temanggung. Jurnal Economics Development Analysis Journal Vol. 2, No.2.
- Taib G. 2014. Analisis Prospek dan Kendala Pengembangan Produk Industri Pangan Lokal Di Sumatera Barat. Jurnal Teknologi Pertanian Andalas Vol. 22, No 1
- Saaty, T.L. 2006. Theory and Applllications of the Analytic network process Pittsburgh, PA; RWS Publications, 4922 Ellsworth Ave.