

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PUPUK

UD.Siganupari, Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun

oleh

Drs. Nalom Siagian, MM

### ABSTRACT

*Formulation of the problem in this study is How fertilizer business development strategy at UD. Siganupari in Tanjung Pasir Dusun III Tanah Jawa Subdistrict district Simalungun. This study aims to Determine the business development strategy UD. Siganupari in Tanjung Pasir Dusun III Subdistrict Tanah Jawa District Simalungun. The method used is descriptive qualitative method . Data were obtained from observations, interviews, library research and studydocumentation. Analysis using SWOT analysis. Informants numbered 3 namely 1 key informant 2the main informants. The results show that the strategy needs to be applied to business development strategies UD. Siganupari in Tanjung Pasir Dusun III Subdistrict Tanah Jawa District Simalungun. is an aggressive strategy of creating a strategy that uses force to take advantage of opportunities.*

**Keywords:** *Businessstrategy, SWOTanalysis*

### A. PENDAHULUAN

Provinsi Sumatera Utara merupakan daerah yang memiliki potensi pertanian yang cukup besar. Salah satu daerah sentra pertanian di Provinsi Sumatera Utara adalah Kabupaten Deli Serdang. Deli Serdang memiliki luas lahan pertanian 90,234 hektar atau 36,27% dari luas daerah Deli Serdang yang tercatat 249.772 hektar. Berbagai program yang di laksanakan Pemerintah Daerah menjadikan Deli Serdang lumbung pangan Sumatera Utara yang menghasilkan padi 290.516 ton sehingga surplus 32.130 ton. Dalam hal ini, penggunaan sarana produksi merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari peningkatan

produksi pertanian. Penggunaan sarana produksi yang sesuai dan tepat akan memberikan dampak yang sangat baik terhadap perkembangan dan pertumbuhan tanaman. Adapun sarana produksi yang dibutuhkan antara lain bibit atau benih yang unggul, pupuk yang sesuai, pestisida dan alat-alat pertanian lainnya. Pupuk merupakan salah satu komponen input produksi yang berperan penting dalam peningkatan produksi dan produktivitas pertanian. Untuk mendukung program di sektor pertanian tersebut, maka dapat menjadi peluang di sektor perdagangan dalam hal ini yaitu usaha kios pupuk.

Dalam perkembangannya usaha kios pupuk menjadi sangat penting di dalam membantu kelancaran distribusi pupuk.

Terlebih lagi saat pemerintah mengeluarkan kebijakan sistem distribusi tertutup dengan menggunakan RDKK (Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok) yang melibatkan kios pupuk selaku pengecer, menjadi lembaga pemasaran penyalur pupuk bersubsidi. Dengan kebijakan tersebut mengharuskan setiap kios pupuk untuk mendaftar sebagai kios resmi untuk akhirnya bisa ditunjuk menjadi penyalur resmi pupuk bersubsidi.

Kios pupuk UD. Siganupari yang berada di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun telah berdiri pada tahun 2008. UD adalah suatu bentuk usaha yang kegiatannya yaitu membeli dan menjual barang tanpa mengolahnya terlebih dahulu dengan tujuan memperoleh laba. UD. Siganupari merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan pupuk langsung kepada konsumennya. Usaha ini menyediakan berbagai jenis pupuk subsidi maupun non subsidi. Usaha ini resmi menjadi kios penyalur pupuk bersubsidi pada tahun 2009. Adapun pupuk subsidi antara lain urea, ZA, NPK Phonska, SP-36 dan organik. Sedangkan pupuk non subsidi antara lain KCL, SS Mahkota, SS Merauke, TSP Mahkota, TSP Merauke, NPK Mutiara, dolomite, TSM dan garam kotor. Selain itu, UD. Siganupari juga menjual pestisida, bibit dan alat-alat pertanian yang dapat menunjang keberlangsungan siklus pertanian sawah, jagung, sayuran dan sawit di daerah Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun. Melihat lokasi usaha ini, UD. Siganupari sangat berpotensi untuk berkembang karena sebagian besar lahan di desa Tanjung Pasir ini digunakan sebagai lahan pertanian. Usaha ini terletak di tengah

areal pertanian sawah. Sehingga lebih dekat dengan sawah para petani. Pada saat petani melakukan proses pembelian pupuk, petani tidak perlu lagi pergi jauh membeli pupuk untuk tanaman mereka. Hal ini akan sangat menguntungkan bagi para petani karena dapat menghemat biaya transportasi.

UD. Siganupari didukung oleh lokasi yang strategis karena berada tepat di pinggir pasar dan terletak di daerah persawahan sehingga memudahkan para petani untuk menemukan lokasi kios pupuk tersebut serta dapat menghemat biaya transportasi karena posisi usaha yang dekat dengan areal persawahan petani sehingga dapat dijangkau hanya dengan berjalan kaki. Selain itu, UD. Siganupari juga memiliki pelayanan yang unik yang tidak dimiliki oleh pesaingnya yaitu menyuguhkan minuman bagi para pelanggannya (petani) sembari menunggu pesanan pupuk mereka selesai diolah (proses pencampuran pupuk). Usaha ini merupakan kios pupuk paling muda diantara kios-kios pupuk lainnya yang berada di daerah tersebut. Sehingga kios pupuk pesaing (seperti UD. Nunut, UD. Miduk dan UD. BPJ) lebih dikenal oleh penduduk di daerah tersebut ditambah lagi kios pesaing terletak di daerah yang banyak penduduknya (jln. Sisingamangaraja kecamatan pekan tanah jawa) dimana penduduk penduduk akan selalu mengunjungi tempat ini setiap pekannya (senin dan kamis) untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Sehingga secara tidak langsung penduduk akan lebih sering melihat kios pupuk pesaing yang ada di pekan tanah jawa tersebut. Jika dilihat dari segi kekuatan dan keunikan usaha, UD. Siganupari memiliki potensi serta peluang yang dapat dimanfaatkan untuk semakin berkembang.

Usaha ini belum mampu mengelola kekuatan dan peluang yang dimiliki secara optimal untuk mencapai laba yang maksimal. Adapun yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha adalah dengan membuat strategi pengembangan bisnis. Strategi pengembangan bisnis dapat dilakukan melalui analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Adapun lingkungan internal terdiri dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dan lingkungan eksternal terdiri dari peluang (*opportunities*), ancaman (*threat*).

## B. METODOLOGI

Bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Travers dalam buku Umar (2001:22), metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Sedangkan menurut Gay dalam buku Umar (2001:22), metode deskriptif bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada waktu sedang berlangsungnya riset.

## C. PEMBAHASAN

Dalam mengembangkan sebuah usaha dibutuhkan adanya strategi yang tepat. Untuk mendapatkan strategi yang tepat, perlu dilakukan serangkaian kegiatan menganalisis lingkungan internal usaha maupun lingkungan eksternal usaha guna untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang

dihadapi oleh suatu usaha. Dari hasil analisis tersebut maka dapat ditentukan strategi yang tepat bagi usaha UD.Siganupari.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi apa yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*threat*) dari suatu usaha.

#### Kekuatan (*strength*) UD. Siganupari

1. Lokasi yang strategis.
2. Kios pupuk satu-satunya di Tanjung Pasir
3. Meyediakan pestisida, bibit dan alat-alat pertanian.
4. Melakukan Promosi usaha
5. Harga pupuk mengikuti harga pasar.
6. Melakukan stok pupuk subsidi.
7. Karyawan yang berkompeten.
8. Pelayanan terhadap pelanggan.
9. Melayani konsultasi pertanian.
10. Pengalaman pengusaha.
11. Kios resmi penyalur pupuk bersubsidi.
12. Memiliki izin usaha.
13. Memiliki mitra usaha.

#### Kelemahan (*weakness*) UD. Siganupari

1. Keterbatasan jangkauan pemasaran.
2. Keterbatasan modal.
3. Sistem keuangan/pembukuan masih sederhana.
4. Transportasi belum memadai.

#### Peluang (*Opportunities*) UD. Siganupari

1. Daerah didominasi oleh lahan pertanian.
2. Penduduk mayoritas petani.
3. Adanya musim tanam berkesinambungan.
4. Selain pertanian padi ada juga Sawit, jagung, dan sayuran.
5. Tingginya permintaan akan pupuk.
6. Tingginya daya beli masyarakat akan pupuk.
7. Perluasan jangkauan pasar.
8. Kios dan pengusaha telah dikenal masyarakat.
9. Tidak ada usaha sejenis di sekitar lokasi.
10. Tidak terjadi tawar-menawar pembeli.
11. Terjadi tawar-menawar pemasok.
12. Tidak ada pesaing baru.

#### Ancaman (*threat*) UD.Siganupari

1. Perubahan kebijakan pupuk subsidi.
2. Kenaikan harga pupuk.
3. Terjadinya kelangkaan pupuk subsidi.
4. Luas lahan pertanian.
5. Munculnya pesaing baru.
6. Adanya barang substitusi.
7. Harga panen turun.
8. Tidak adanya pembatasan kios resmi.

Dari analisis SWOT diatas, akan diperoleh strategi alternatif yang akan membantu dalam proses pengambilan keputusan yang tepat bagi UD. Siganupari. Pada tahap ini dilakukan melalui matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS).

#### Matriks IFAS

Tahap-tahap dalam menentukan IFAS yaitu dengan menentukan factor-faktor *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) dari UD. Siganupari selanjutnya memberi bobot masing-masing faktor mulai dari skala 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) terhadap posisi strategis perusahaan. Dimana jumlah dari seluruh bobot tidak melebihi skor total 1,00. Rating dari masing-masing faktor dimulai dari skala 1 (dibawah rata-rata) sampai 4 (sangat baik) berdasarkan kondisi perusahaan. Nilai rating *strength* dan *weakness* selalu bertolak belakang. Setelah itu, bobot dikalikan dengan rating. Maka total dari hasil perkalian akan menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut bereaksi terhadap lingkungan internalnya.

#### Matriks EFAS

Tahap-tahap dalam menentukan IFAS yaitu dengan menentukan faktor-faktor *opportunity*(peluang) dan *threat* (ancaman) dari UD. Siganupari selanjutnya memberi bobot masing-masing faktor mulai dari skala 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) terhadap posisi strategis perusahaan. Dimana jumlah dari seluruh bobot tidak melebihi skor total 1,00. Rating dari masing-masing faktor dimulai dari skala 1 (dibawah rata-rata) sampai 4 (sangat baik) berdasarkan kondisi perusahaan. Nilai rating *opportunity* dan *threats* selalu bertolak belakang. Setelah itu, bobot dikalikan dengan rating. Maka total dari hasil perkalian akan menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut bereaksi terhadap lingkungan internalnya.

Dari diagram, selisih dari faktor internal yaitu *Strenght* - *weakness* bernilai

positif ( $2,77-0,34= 2,43$ ), begitu juga dengan selisih faktor eksternal *Opportunity - Treath* bernilai positif ( $2,21-0,51= 1,7$ ). Keadaan ini menunjukkan UD.Siganupari berada pada kuadran I. Hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan untuk strategi pengembangan bisnis UD. Siganupari di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif (Growth oriented strategy)* dengan menerapkan beberapa strategi alternatif SO.

Adapun strategi pengembangan bisnis yang harus dilakukan oleh UD. Siganupari di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun adalah sebagai berikut:

1. Memanfaatkan lokasi yang strategis secara optimal untuk mengembangkan usaha. Salah satu pertimbangan utama saat seseorang akan memulai suatu usaha adalah pertimbangan lokasi. Dari segi lokasi, UD. Siganupari sudah memenuhi syarat sebagai usaha yang berlokasi strategis. Dimana daerah tersebut di dominasi oleh lahan pertanian sehingga mendukung usaha pupuk UD. Siganupari tetap eksis. Selain itu, di sekitar lokasi tidak ada pesaing sejenis dan belum ada pesaing baru. Faktor tersebut sangat mendukung keberadaan kios pupuk ini. Sehingga, UD. Siganupari bebas dalam menjalankan bisnisnya tanpa

adanya gangguan dari pesaing. Oleh karena itu, UD. Siganupari harus memanfaatkan situasi ini untuk mengembangkan usahanya.

2. Variasi produk dengan menyediakan pestisida, alat-alat pertanian dan bibit. Dalam pertanian tidak hanya membutuhkan pupuk saja. Tetapi, petani juga membutuhkan adanya pestida, alat-alat pertanian, dan bibit untuk menunjang pertanian mereka. Sehingga UD. Siganupari juga perlu meningkatkan variasi produk yang dijual dengan menyediakan pestisida, alat-alat pertanian dan berbagai jenis bibit untuk semakin melengkapi kebutuhan para petani di daerah tersebut agar pelanggan tidak lari.
3. Gencar melakukan promosi usaha. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan oleh UD. Siganupari di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun adalah sebagai berikut:
  - Selain promosi melalui plakat dan pembagian kalender yang telah dilakukan oleh UD. Siganupari, promosi lain yang dapat dilakukan adalah promosi melalui pembuatan beberapa spanduk didepan kios atau di badan-badan jalan agar kios semakin dikenal oleh masyarakat.
  - Menyebarkan brosur kepada masyarakat di daerah Tanah Jawa.
4. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan melalui karyawan yang berkompeten untuk menarik simpati pelanggan.

Konsumen/ pelanggan akan merasa diperhatikan apabila mendapatkan pelayanan yang baik. Oleh karena itu, UD. Siganupari perlu meningkatkan pelayanannya melalui karyawan yang berkompeten sehingga dapat melakukan pelayanan yang prima dan cepat agar pelanggan tidak menunggu lama (bosan). Dengan pelayanan yang baik maka dapat menarik simpati pelanggan dan secara tidak langsung akan menciptakan pelanggan yang loyal karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

5. Mengingat penduduknya mayoritas petani, maka perlu meningkatkan layanan terhadap konsultasi pertanian.

Tidak selamanya petani itu mengetahui tentang cara bertani yang benar. Sehingga para petani membutuhkan adanya fasilitas atau sarana untuk melayani konsultasi pertanian seperti jenis pupuk yang sesuai untuk usia tanamannya, dosis dan cara pemakaian pestisida, obat yang sesuai untuk masalah pertanian yang dialami petani, dan lain-lain. Adapun tujuan dari konsultasi ini adalah untuk membantu para petani agar hasil gabahnya meningkat.

6. Menjalinkan hubungan baik dengan mitra usaha, pemasok maupun supplier.

Sebuah bisnis tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya mitra bisnis. Dalam hal ini adalah pemasok. Jika pemasok barang (pupuk) tidak ada maka usaha tidak dapat berjalan

sebagaimana mestinya. Maka untuk menjaga kelangsungan usaha perlu memiliki mitra usaha serta menjaga hubungan baik dengan mitra usaha agar siklus bisnis dapat berjalan normal.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), faktor kekuatan (*strength*) mempunyai sub total 2,77 sedangkan faktor kelemahan (*weakness*) mempunyai sub total 0,34. Sementara hasil analisis pada table EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), faktor peluang (*opportunity*) mempunyai sub total 2,21 sedangkan faktor ancaman (*threat*) mempunyai sub total 0,51. Dari hasil sub total tersebut menunjukkan bahwa posisi kios pupuk UD. Siganupari di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun berada pada diagram SWOT kuadran 1, yaitu strategi yang sebaiknya diterapkan untuk mengembangkan usahanya adalah strategi agresif yang mendukung pertumbuhan.

Strategi agresif merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mencapai peluang yang ada. Melihat kondisi UD. Siganupari, dimana kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) adalah faktor yang paling dominan sehingga strategi yang tepat digunakan adalah strategi SO. Adapun alternatif strategi SO yang dihasilkan yaitu, (1) Memanfaatkan lokasi yang strategis secara optimal untuk mengembangkan usaha, (2) Variasi produk dengan menyediakan pestisida, alat-alat pertanian dan berbagai jenis bibit bagi pertanian padi, jagung dan sayuran, (3) Gencar melakukan promosi usaha baik melalui plakat, kalender, maupun

spanduk agar kios semakin dikenal oleh masyarakat, (4) Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan melalui karyawan yang berkompoten untuk menarik simpati pelanggan, (5) Mengingat penduduknya mayoritas petani, maka perlu meningkatkan layanan terhadap konsultasi pertanian, (6) Menjalin hubungan baik dengan mitra usaha, pemasok maupun supplier. Penerapkan alternatif strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan untuk mencapai profit/ laba usaha yang maksimal sehingga usaha UD. Siganupari di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun bisa semakin berkembang.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Yulie A.C Hutagalung (2013) yang berjudul, "Strategi Pengembangan Bisnis (Studi pada Rumah Makan Minang Setia Jl. Jamin Ginting No.326 Medan". Dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa strategi yang perlu diterapkan oleh Rumah Makan Minang Setia Jl. Jamin Ginting No.326 Medan adalah strategi agresif yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Hal ini juga mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Anggreni Sianipar (2013) yang berjudul, "Strategi *Strenght Weakness Opportunity Threats* (SWOT) Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pada Minimarket Surya Swalayan Jl. Setia Budi Medan". Dimana berdasarkan hasil penelitiannya menggunakan martiks SWOT yang memadukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman minimarket, usaha ini berkembang dengan baik dan mengalami peningkatan volume

penjualan yang dapat dilihat dari omset yang didapat toko tersebut. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Rukmini (2011) yang berjudul, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Kamang Jaya Medan". Dimana dalam penelitiannya menyatakan Rumah makan Kamang Jaya sebaiknya menggunakan strategi differensiasi agar produk yang dihasilkan menjadi produk yang berkualitas secara efektif kepada pelanggan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dan berdasarkan penelitian terdahulu, analisis SWOT ini digunakan untuk menentukan strategi yang tepat bagi pengembangan suatu usaha. Dimana strategi merupakan rencana yang terpadu yang dibuat oleh perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan). Maka dari rumusan-rumusan strategi yang telah dilakukan akan menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan usaha, selain itu alternatif strategi ini juga bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan sehingga profit juga akan meningkat apabila strategi tersebut diterapkan.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, bahwa strategi pengembangan usaha yang sesuai untuk UD. Siganupari di Dusun III Tanjung pasir kecamatan Tanah Jawa Kabupaten simalungun adalah strategi agresif, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Faktor kekuatan yang paling menonjol dalam mendukung kemajuan kios pupuk UD. Siganupari adalah lokasi yang strategis dan kelemahan yang dominan adalah keterbatasan modal. Sedangkan peluang yang terbesar adalah daerah didominasi oleh lahan pertanian dan ancaman terbesarnya adalah apabila lahan pertanian berkurang.

## DAFTAR PUSTAKA

### SumberBuku :

- Allison, Michael, dan Kaye, Jude.2004. *Perencanaan Strategis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Darf, L Richard.2010. *Era BaruManajemen: Edisi Kesembilan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hunger, J. David,danWheelen, L. Thomas.2003.*Manajemen Strategis*.Yogyakarta: Andi.
- Jatmiko, RD. 2003. *Manajemen Strategik*. Malang: UMM Press.
- Juliandi, azuar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Medan: M2000.
- Madjid, M dkk.2010. *Kesuburan Tanah dan Pemupukan*. Medan: USU Press.
- Moleong, lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pardede, M Pontas.2011. *Manajemen Strategik & Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rangkuti, Freddy. 2001.*Analisis SWOT: Tenik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_.2009.*Analisis SWOT: Tenik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosmarkan, Afandie dan Yuwono, Widya, Nasih. 2002. *Ilmu Kesuburan Tanah*. Yogyakarta: Kanisius.
- Singarimbun, Masri.1995.*Metode Penelitian survey*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Solihin, Ismail. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Suyanto, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Press.

### SumberSkripsi :

- Audiansyah, Ferolly. 2008. *Analisis SWOT Pada Industri Kecil Penghasil Ulos Di Tapanuli Utara*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Hutagalung, Yulie A.C. 2013. *Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Rumah Makan Minang Setia Jl. JaminGinting No. 326 Medan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Rukmini.2011. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Kamang Jaya Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pertanian>(diakses 26 januari 2014, pukul 14:02WIB).

Setiawan, Budi danFitriani, Dian. 2011. *Strategi Pengembangan Kios pertanian (Studi Kasus Pada Kios Resmi Pertanian Mitra Tani Di Desa Plosogeneng Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang)*.Malang:Universitas Brawijaya.

Kolomilmu.com (diakses23 Januari 2014, pukul 12.30 WIB).

<http://setkab.go.id/en/pro-rakyat-7868-deli-serdang-lumbang-padi-sumatera-utara.html> (diakses 10 Mei 2014, pukul 11:39 WIB).

Sianipar, Angreni.2013.*Strategi Strength Weakness Opportunity Threats (SWOT) DalamPeningkatan Volume Penjualan Pada Minimarket Surya Swalayan Jl. Setia Budi Medan*.Medan: Universitas Sumatera Utara.

**SumberInternet:**

[carabelajarbisnisonline.org](http://carabelajarbisnisonline.org) › peluangusaha (diakses 6 februari 2014, pukul 12:09 WIB)