

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Rambutan Sibatulawang

Rambutan (*Nephelium Lappaceum L.*) adalah sejenis pokok buah saka. Rambutan juga merupakan tanaman tropis yang tergolong ke dalam suku lerak-lerakan atau *sapindaceae*, berasal dari daerah kepulauan di Asia Tenggara. Kata rambutan berasal dari bentuk buahnya yang mempunyai kulit menyerupai rambut. Penyebaran tanaman rambutan pada awalnya sangat terbatas hanya di daerah tropis saja, saat ini sudah bisa ditemui di daratan yang mempunyai iklim subtropis. Hal ini disebabkan oleh karena perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi dengan berhasil diciptakannya rumah kaca. Hingga saat ini rambutan banyak terdapat di daerah tropis seperti Afrika, Kamboja, Karibia, Amerika Tengah, India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand dan Sri Lanka.

Rambutan dapat tumbuh baik di daerah dengan ketinggian sampai 500 meter di atas permukaan laut dan dapat tumbuh pada berbagai jenis tanah. Meski kurang baik tumbuh pada daerah yang banyak genangan air, namun rambutan perlu daerah dengan curah hujan yang merata sepanjang tahun atau sistem pengairan yang teratur. Tanaman rambutan dapat tumbuh dan menghasilkan walau dibiarkan tanpa perhatian. Namun bila menghendaki hasil yang optimum, tanaman rambutan juga membutuhkan pemeliharaan yang tidak memerlukan perhatian yang intensif. Pemeliharaannya hanya meliputi pemberian pupuk bila diperlukan, penyiangan tanah sekitar tanaman, dan pemangkasan yang biasanya dilakukan usai pemanenan.

Sementara itu rambutan Sibatulawang merupakan varietas rambutan lokal yang dipercaya berasal dari Desa Batulawang dan Karyamukti di Kecamatan Pataruman, Kota Banjar. Rambutan Sibatulawang menjadi salah satu komoditas unggulan berindikasi geografis yang tengah dikembangkan Pemerintah Kota Banjar melalui program pengembangan hortikultura Kampung Agro (Kominfo Kota Banjar, 2018).

2.1.2 Agribisnis

Agribisnis berasal dari kata *Agribusiness*. Agr : *agriculture* artinya pertanian dan *Business* artinya usaha atau kegiatan yang menghasilkan keuntungan. Jadi agribisnis adalah setiap usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian, yang meliputi pengusahaan input pertanian dan atau pengusahaan produksi itu sendiri ataupun juga pengusahaan pengelolaan hasil pertanian. Dengan kata lain agribisnis adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan (Sjarkowi & Sufri, 2004).

Kegiatan agribisnis merupakan kegiatan yang berbasis pada keunggulan sumberdaya alam (*on farm agribusiness*) dengan penerapan teknologi dan pengelolaan sumberdaya manusia. Agribisnis mencakup aktivitas mulai dari produksi, pengolahan, hingga pemasaran hasil pertanian yang didorong oleh inovasi teknologi dan dukungan kelembagaan. Kegiatan agribisnis yang berlangsung dalam berbagai skala, dari usaha kecil hingga besar, mampu mempercepat pertumbuhan sektor pertanian. Dalam konteks ini, petani yang memiliki keterbatasan dalam hal modal, keterampilan, pengetahuan, serta penguasaan lahan tetap dapat berperan aktif melalui integrasi sistem agribisnis yang mendukung efisiensi dan produktivitas (Purwadi *et al.*, 2021; Hartono & Kusnandar, 2020)..

Agribisnis merupakan konsep dari suatu sistem yang integratif dan terdiri dari beberapa subsistem. Secara konsepsional agribisnis merupakan semua aktifitas, mulai dari pengadaan sarana produksi (*input*) sampai dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh usahatani serta agroindustri, yang saling terkait satu sama lain. Sebagai konsep yang relatif baru dan berperspektif sistem, agribisnis menjadi tidak terpisahkan dari dinamika pertanian berkelanjutan di Indonesia. Agribisnis juga merupakan keseluruhan dari serangkaian operasi yang terlibat dalam produksi dan distribusi input pertanian, operasi produksi di lahan pertanian, penyimpanan, pengolahan dan distribusi komoditas pertanian. Makna menyeluruh dan integratif merujuk pada keterkaitan subsistem dan proses dari hulu sampai hilir, termasuk keterkaitan antar pelaku, antar sektor dan antar wilayah. Namun demikian, pemahaman mengenai agribisnis membutuhkan koreksi, kreasi, inovasi, validasi dan adaptasi dengan kondisi lokal. Agribisnis harus menyertakan komunitas, lingkungan (*environment*), konsumen, pelaku kebijakan, pelaku usaha non

pertanian, publik, lembaga pendidikan dan bahkan harus terintegrasi secara lintas generasi (Sa'id, 2001). agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari berbagai subsistem:

1) Subsistem Pengadaan Sarana Produksi

Meliputi pengadaan sarana produksi pertanian antara lain terdiri dari benih, bibit, pupuk, pestisida, alat-alat/mesin, dan peralatan produksi pertanian. Pelaku-pelaku kegiatan pengadaan dan penyaluran sarana produksi adalah perorangan, perusahaan swasta, pemerintah. Pentingnya subsistem ini mengingat perlunya keterpaduan dari berbagai unsur itu guna mewujudkan sukses agribisnis. Industri yang menyediakan sarana produksi pertanian disebut juga sebagai agroindustri hulu (Soekartawi, 2005)

2) Subsistem usahatani

Usahatani merupakan bagian dari subsistem agribisnis yang berperan langsung dalam menghasilkan produk-produk pertanian primer seperti bahan pangan, hasil perkebunan, buah-buahan, bunga dan tanaman hias, serta hasil peternakan, perikanan, dan tambak. Pelaku dalam subsistem ini meliputi petani, peternak, pembudidaya ikan, dan pengusaha tambak yang beroperasi dalam berbagai skala usaha. Aktivitas usahatani memiliki peranan strategis dalam menciptakan ketahanan pangan dan menjadi titik awal dari rantai nilai agribisnis (Purba *et al.*, 2020; Nuryati & Suryantini, 2021).

3) Subsistem pengolahan hasil pertanian/Agroindustri

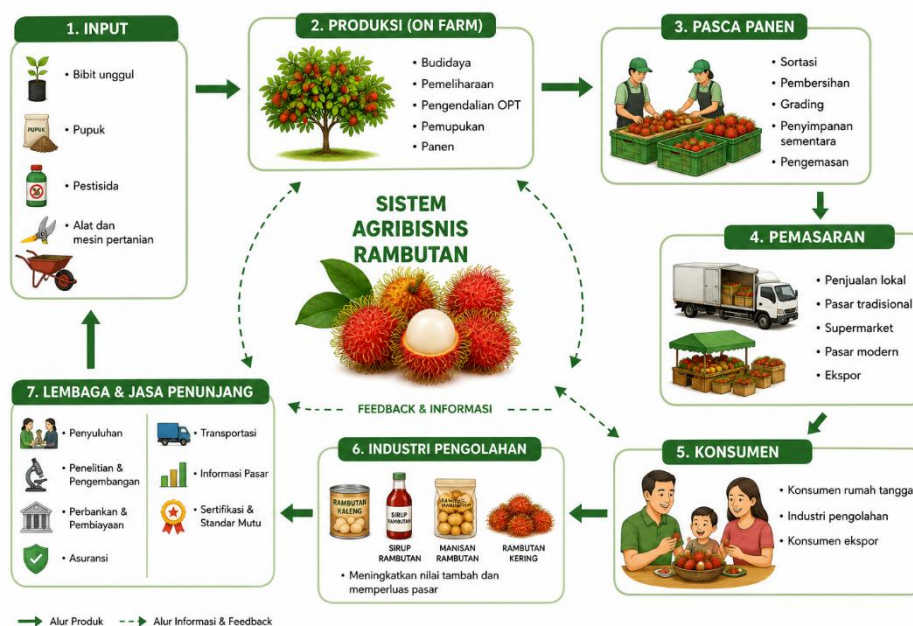
Dalam subsistem pasca panen terdapat rangkaian kegiatan penting yang meliputi pengumpulan produk usahatani, pengolahan, pengemasan, hingga penyimpanan hasil pertanian. Pelaku dalam subsistem ini antara lain adalah pengumpul produk, pengolah, pedagang, pengalengan, dan pelaku distribusi lainnya. Industri yang mengolah produk usahatani ini dikenal sebagai agroindustri hilir (*downstream agribusiness*), yang memiliki peranan strategis dalam menambah nilai produk, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing komoditas. Keberadaan agroindustri hilir di pedesaan sangat penting karena mampu menggerakkan roda ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta memperkuat keterkaitan antara sektor pertanian dan industri pengolahan (Astuti & Maulana, 2022; Saptana *et al.*, 2020)..

4) Subsistem pemasaran hasil pertanian

Subsistem pemasaran hasil pertanian merupakan tahap penting dalam sistem agribisnis yang berfungsi untuk menyalurkan produk dari petani kepada konsumen akhir. Produk yang dihasilkan dari usahatani dapat dipasarkan secara langsung tanpa melalui proses pengolahan, atau terlebih dahulu melalui proses pengolahan pasca panen sebelum didistribusikan. Pelaku dalam subsistem ini meliputi pedagang, pengecer, distributor, eksportir, hingga pelaku e-commerce pertanian. Efektivitas pemasaran menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keberlanjutan agribisnis, karena berkaitan langsung dengan harga jual, akses pasar, dan kesejahteraan petani (Fariyanti & Anindita, 2018; Widodo *et al.*, 2022).

5) Subsistem Jasa Penunjang

Subsistem jasa penunjang merupakan seluruh kegiatan dan lembaga yang berfungsi mendukung, melayani, dan mengembangkan pelaksanaan subsistem agribisnis lainnya, yaitu subsistem hulu, usahatani, agroindustri, dan pemasaran. Lembaga penyuluhan dan konsultan pertanian memiliki peran penting dalam memberikan informasi, pendampingan teknis, serta pembinaan dalam praktik budidaya dan manajemen produksi. Lembaga keuangan seperti perbankan mendukung kegiatan agribisnis melalui penyediaan fasilitas pembiayaan dan pinjaman usaha. Sementara itu, lembaga penelitian, baik yang berada di bawah naungan pemerintah (balai penelitian) maupun perguruan tinggi, menyediakan hasil riset berupa teknologi produksi, inovasi budidaya, serta sistem manajemen yang aplikatif bagi pelaku agribisnis. Sinergi antar lembaga dalam subsistem jasa penunjang sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan sistem agribisnis secara keseluruhan (Irawan *et al.*, 2021).



Sumber: (Anantanyu, 2019).

Gambar 1 Keterkaitan antar Subsistem Agribisnis

Secara umum, agribisnis rambutan Sibatulawang diartikan sebagai suatu kesatuan kegiatan usaha rambutan Sibatulawang yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran maupun sektor penyedia jasa penunjang. Pengembangan agribisnis rambutan Sibatulawang merupakan suatu model (model, sistem, pola) yang mampu memberikan keuntungan bagi pelaku-pelaku agribisnis (petani, pengusaha kecil menengah, dan koperasi) dalam peningkatan pendapatan dan perluasan kesempatan kerja. Sistem dan usaha agribisnis yang dikembangkan harus berkerakyatan yang dicirikan dengan keterlibatan rakyat dan usaha agribisnis, berlandaskan sumberdaya yang dimiliki rakyat baik sumberdaya alam, teknologi, kearifan lokal, budaya ekonomi lokal, dan menjadikan organisasi ekonomi rakyat banyak menjadi pelaku utama agribisnis.

2.1.3 Strategi

Strategi dapat didefinisikan sebagai serangkaian keputusan dan tindakan terencana yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi dengan mempertimbangkan lingkungan internal dan eksternal. Menurut David (2019), strategi merupakan seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai sasarannya. Sementara itu, Rangkuti (2016)

menekankan strategi sebagai alat fundamental untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dalam pemahaman sederhana, strategi dapat diibaratkan seperti peta jalan yang membantu organisasi menentukan langkah terbaik dari posisi saat ini menuju target yang diinginkan, dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki serta tantangan dari luar. Dengan demikian, kajian teori tentang strategi tidak hanya berfokus pada perencanaan, tetapi juga pada implementasi dan evaluasi berkelanjutan, sehingga memberikan kerangka berpikir yang utuh bagi pengambilan keputusan yang efektif.

2.1.4 Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah suatu pendekatan terencana dan sistematis yang dirancang untuk mencapai perubahan positif pada suatu sektor, wilayah, atau organisasi, dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki dan mengatasi hambatan yang ada melalui alokasi sumber daya yang efisien dan efektif. Menurut David (2011), strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dalam konteks pengembangan, strategi mencakup serangkaian tindakan yang terstruktur untuk memperbaiki kondisi eksisting menuju kondisi yang lebih baik melalui berbagai intervensi dan kolaborasi. Lebih lanjut, strategi pengembangan mencakup perluasan pasar, peningkatan produk, diversifikasi usaha, serta penguatan sistem kelembagaan dan sumber daya yang mendukung.

Strategi ini bersifat adaptif, karena harus disesuaikan dengan perubahan lingkungan eksternal dan internal. Dalam konteks pembangunan wilayah atau sektor agribisnis, strategi pengembangan juga melibatkan pendekatan partisipatif, lintas sektor, dan berbasis potensi lokal. Hal ini sejalan dengan pendapat Todaro dan Smith (2015), yang menyatakan bahwa pengembangan harus menyasar tiga tujuan utama: peningkatan pendapatan, perbaikan kesejahteraan, dan perluasan pilihan masyarakat. Strategi pengembangan yang efektif memerlukan tahapan analisis situasi, perumusan visi dan tujuan, identifikasi prioritas program, pelibatan pemangku kepentingan, serta mekanisme monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan.

2.1.5 Strategi Pengembangan Agribisnis

Strategi pengembangan agribisnis merupakan pendekatan sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing sektor pertanian melalui pemanfaatan teknologi, penguatan kelembagaan, serta peningkatan kapasitas pelaku usaha tani. Dalam lima tahun terakhir, berbagai penelitian menekankan pentingnya penerapan analisis strategis seperti SWOT dan AHP untuk menentukan prioritas pengembangan, seperti peningkatan kualitas input (benih unggul, pupuk), adopsi teknologi budidaya, serta penguatan peran koperasi atau kelompok tani dalam pengolahan dan distribusi hasil. Selain itu, pemberdayaan masyarakat lokal melalui pelatihan, pendampingan, serta penyediaan infrastruktur menjadi pilar penting dalam membangun sistem agribisnis yang berkelanjutan dan inklusif (Lutfi *et al.*, 2025; Pangestu & Kusnandar, 2024).

Lebih lanjut, strategi pengembangan agribisnis juga diarahkan pada adaptasi terhadap perubahan iklim dan digitalisasi pasar. Studi terbaru menunjukkan perlunya penguatan pasar berbasis teknologi, seperti platform lelang digital, serta pengembangan produk olahan yang bernilai tambah sebagai respons terhadap dinamika pasar global (Lubis *et al.*, 2023). Di sisi kebijakan, pendekatan integratif yang melibatkan sinergi antara petani, pelaku usaha, akademisi, pemerintah, dan media menjadi strategi kunci dalam mendukung transformasi agribisnis yang tangguh dan berdaya saing tinggi (Nasution *et al.*, 2022). Strategi ini selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan yang mengedepankan peningkatan pendapatan petani, ketahanan pangan, dan konservasi lingkungan secara simultan.

2.1.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan instrumen diagnostik strategis yang esensial dalam kerangka pengembangan agribisnis. Secara fundamental, metode ini mengintegrasikan evaluasi faktor-faktor internal, yaitu kapabilitas intrinsik (kekuatan) dan keterbatasan internal (kelemahan), dengan analisis kondisi eksternal, yaitu prospek pasar yang menguntungkan (peluang) dan risiko lingkungan bisnis (ancaman). Melalui interaksi dinamis antara keempat komponen ini, analisis SWOT memfasilitasi identifikasi posisi kompetitif suatu entitas agribisnis, memungkinkan formulasi strategi yang adaptif dan proaktif (David, 2016).

Pada konteks pengembangan agribisnis, analisis SWOT berfungsi sebagai alat strategis yang menggali faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk merumuskan langkah strategis yang tepat. Sebagai contoh, studi oleh Harahap *et al.* (2025) menyoroti bahwa kekuatan seperti kualitas produk dan dukungan teknologi dapat dimanfaatkan untuk merespons peluang pasar, sementara kelemahan seperti keterbatasan modal dan infrastruktur perlu diatasi melalui strategi pemberdayaan dan kolaborasi lintas sektor. Madureira (2024) menegaskan bahwa melalui pemahaman menyeluruh dengan SWOT, pelaku agribisnis termasuk rantai *agri-food* dapat menyelaraskan kapabilitas internal dengan kondisi eksternal, sehingga daya saing dan posisi strategis usaha menjadi lebih optimal. Secara teoretis, SWOT menjadi pondasi dalam manajemen strategis. Menurut definisi klasik, SWOT memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk mendukung perencanaan strategis yang matang.

2.1.7 Analytic Hierarchy Process

Analytic Hierarchy Process (AHP) merupakan metode pengambilan keputusan multikriteria yang mengandalkan perbandingan berpasangan dan teknik matriks eigenvektor untuk menghitung bobot prioritas secara sistematis, seperti dikemukakan oleh Kumar & Pant (2023), yang menjelaskan bahwa AHP menggunakan strategi eigenvektor guna memperoleh bobot yang konsisten meski berasal dari matriks perbandingan yang mungkin tidak sepenuhnya konsisten. Sementara itu, Leal (2020) menawarkan pendekatan yang lebih sederhana melalui *AHP Express*, versi AHP yang disederhanakan dan lebih ringkas, memungkinkan penerapan yang lebih praktis dalam situasi riset dan pengambilan keputusan. Dalam kerangka pengembangan agribisnis yang sering melibatkan berbagai kriteria seperti efisiensi produksi, keberlanjutan, nilai tambah, risiko pasar, dan kapasitas kelembagaan, metode AHP memfasilitasi penyusunan hirarki keputusan yang jelas dan terukur. Penggunaan AHP mendukung penelitian ini dalam melakukan evaluasi strategi agribisnis secara transparan dan kuantitatif, serta memprioritaskan alternatif strategis yang paling signifikan berdasarkan bobot yang dihitung secara akademis.

Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) banyak digunakan dalam pengembangan agribisnis di Indonesia karena mampu membantu menentukan

prioritas strategi secara terukur. Melalui pendekatan hirarkis dan pembobotan, AHP dapat mengidentifikasi faktor paling penting dalam pengembangan sektor pertanian, seperti produksi, teknologi, kelembagaan, hingga kebijakan. Penelitian terbaru tentang pengembangan usaha tani padi di Sidrap, misalnya, menunjukkan bahwa aspek produksi menjadi prioritas utama dengan bobot 26,9% dibanding aspek lainnya (Rasyid *et al.*, 2025). Studi lain pada agribisnis lada putih di Bangka Belitung juga menegaskan bahwa AHP efektif dalam menentukan strategi peningkatan daya saing melalui kualitas, produktivitas, dan diversifikasi produk (Susanto & Rahmawati, 2023). Dengan demikian, penerapan AHP dalam agribisnis di Indonesia berperan penting sebagai dasar ilmiah dalam merumuskan strategi pembangunan pertanian yang lebih fokus, efisien, dan berkelanjutan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam upaya memperkaya kajian literatur untuk suatu penelitian. Melakukan perbandingan dengan penelitian terdahulu adalah suatu langkah yang bijaksana. Agar penelitian ini menjadi lebih baik maka dilakukan beberapa perbandingan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain, bisa dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No	Identitas Jurnal	Judul	Tujuan Penelitian	Metode
1	Herdhiansyah <i>et al.</i> , (2012)	Strategi Pengembangan Potensi Wilayah Agroindustri Perkebunan Unggulan	Merumuskan strategi pengembangan agro-industri pada enam komoditas perkebunan unggulan di Kolaka	Metode Delphi dan SWOT
2	Pujiat <i>et al.</i> , 2016	<i>Rambutan Commodity Development Strategy as Regional Potential Product</i>	Menganalisis faktor internal dan eksternal serta menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan rambutan di Jawa Tengah, khususnya di Kecamatan Gunungpati, Semarang, Provinsi Jawa Tengah	Analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis data. Faktor internal yang menjadi kekuatan adalah lahan yang subur untuk menanam rambutan dan pengalaman turun-temurun petani dalam membudidayakan rambutan. Selanjutnya, kelemahannya adalah daya serap pengetahuan dan teknologi yang masih minim serta

No	Identitas Jurnal	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	
				keberadaan rambutan	usaha
3	Fahmirudi <i>et al.</i> (2021)	Strategi Pengembangan Agribisnis Padi Sawah Tadah Hujan di Kabupaten Kayong Utara	Merumuskan strategi agribisnis padi sawah tadah hujan di Kayong Utara	Deskriptif	kualitatif: IFE, EFE, dan matriks SWOT
4	Alqifari <i>et al.</i> (2024)	Strategi Pengembangan Kelompok Tani di Desa Jelantik, Kecamatan Lombok Tengah	Menentukan strategi pengembangan kelompok tani Beriuk Girang	Studi kasus, analisis SWOT (IFAS & EFAS)	
5	Syahza & Caska, 2007	Analisis Nilai Tambah dan Peluang Pengembangan Bebuahan Sebagai Komoditas Unggulan Agribisnis di Kabupaten Karimun Propinsi Riau	Mengidentifikasi peluang dan strategi pengembangan agribisnis bebuahan di Kabupaten Karimun.	Rapid Rural Appraisal (RRA), yaitu suatu pendekatan partisipatif untuk mendapatkan data atau informasi dan penilaian (assesment) secara umum di lapangan dalam waktu relatif pendek.	
6	Afliqoh, 2024	Analisis Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Sub Sektor Tanaman Hortikultura Buah-Buahan dan Sayuran Terhadap Perekonomian di Kabupaten Kebumen	Mengidentifikasi komoditas unggulan hortikultura buah-buahan dan sayuran yang di prioritaskan untuk dikembangkan dan strategi pengembangan terhadap perekonomian di Kabupaten Kebumen.	Metode analisis data menggunakan LQ yaitu membandingkan PDRB Kabupaten dengan Provinsi dan menggunakan analisis SWOT dengan IFAS dan EFAS. Berdasarkan hasil perhitungan LQ tanaman hortikultura buah-buahan yang menjadi sektor basis yaitu Jeruk Besar, Mangga, Manggis, Markisa, Melon, Pisang, Rambutan, Semangka, dan Sirsak.	
7	Febyani, (2023)	Strategi Pengembangan Agribisnis Jambu Air	Menyusun strategi agribisnis jambu air berdasarkan kondisi lokal	Observasi lapangan, identifikasi faktor IFAS dan EFAS, analisis SWOT	
8	Hasanah <i>et al.</i> (2021)	Strategi Pengembangan Agribisnis Buah Naga Merah	Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan buah naga merah	Survei lapangan, analisis SWOT untuk merumuskan strategi berdasarkan kekuatan dan peluang agribisnis	

No	Identitas Jurnal	Judul	Tujuan Penelitian	Metode
9	Arisandi <i>et al.</i> (2024)	Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Kelapa	Merumuskan strategi pengembangan agribisnis kelapa di wilayah perbatasan	SWOT berdasarkan kondisi agribisnis dari hulu ke hilir, wawancara stakeholders
10	Rahmalia (2023)	Strategi Pengembangan Agribisnis Lada Hitam	Merumuskan strategi pengembangan agribisnis lada hitam di Lampung	Studi deskriptif, wawancara dan analisis SWOT berdasarkan IFE dan EFE
11	PANGESTU, I.T. (2025) AGRIBIOS, Vol. 23, No. 1	Strategi Pengembangan Agribisnis Berbasis Petani Swadaya Kelapa Sawit	Merumuskan strategi pengembangan agribisnis kelapa sawit yang berfokus pada petani swadaya.	Analisis SWOT.
12	Aldillah, R. (2017) Analisis Kebijakan Pertanian, Vol. 15, No. 1	Strategi pengembangan Agribisnis Jagung di Indonesia (National Maize Agribusiness Development Strategy)	Menganalisis kebijakan dan merumuskan strategi nasional untuk pengembangan agribisnis jagung di Indonesia.	Analisis SWOT.
13	Putra, M.E.Y., & Pratita, D.G. (2021) Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri, Vol. 1, No. 2	Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Produksi KSU Ketakasi Sidomulyo Kabupaten Jember	Mengkaji prioritas strategi pengembangan agribisnis kopi robusta di KSU Ketakasi Sidomulyo, Jember.	Analisis SWOT dan AHP (Analytical Hierarchy Process).
14	Rahayu, A.P., dkk. (2025) Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, Vol. 9, No. 1	Strategi Pengembangan Agribisnis Kentang: Literature Review	Mengidentifikasi dan merangkum berbagai strategi pengembangan agribisnis kentang dari literatur yang ada.	Kajian Literatur (Literature Review).
15	Rauf, A. & Wahyuni, A. (2024) Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad, Vol. 9, No. 2	Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Kelapa (Studi Pada Distrik Muara Tami Perbatasan RI-PNG)	Merumuskan strategi pengembangan usaha agribisnis kelapa di wilayah perbatasan RI-PNG.	Analisis SWOT.
16	Marina, I., & Yulistia, I. (2017) Snippet Neliti	Strategi Pengembangan Agribisnis Hasil Pertanian Melalui Inovasi dan Kreatifitas Menjadi Produk Unggulan	Merumuskan strategi pengembangan agribisnis hasil pertanian melalui inovasi dan kreativitas untuk	Analisis Deskriptif

No	Identitas Jurnal	Judul	Tujuan Penelitian	Metode
			menciptakan produk unggulan.	
17	Hidayat, A.S., dkk. (2023) Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian	Strategi Pengembangan Agribisnis Jambu Mete	Mengetahui sistem agribisnis, tingkat pendapatan, dan merumuskan strategi pengembangan agribisnis jambu mete.	Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) dan Simple Random Sampling.
18	Aulia, M.R. (2021) Jurnal Agriust, Vol. 1, No. 2	Strategi Pengembangan Agribisnis Kabupaten Asahan (Agribusiness Development Strategy of Asahan Regency)	Menganalisis faktor internal dan eksternal serta menetapkan strategi pengembangan agribisnis Kabupaten Asahan.	Analisis IFE dan EFE serta Analisis SWOT.
19	Yusuf, M., Suryana, A., & Hidayat, T. (2023). Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 11, No. 2	Strategi Pengembangan Agribisnis Berbasis Teknologi untuk Peningkatan Daya Saing di Indonesia	Merumuskan strategi pengembangan agribisnis di Indonesia dengan fokus pada pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing.	Kajian Pustaka / Deskriptif Kualitatif (dengan fokus pada teknologi dan daya saing).
20	Kadafi, R. A. A. & Sugiar (2022) Jurnal AgroNusantara, Vol. 3, No. 1	Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Hias Koi (<i>Cyprinus carpio</i>) di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai	Merumuskan strategi untuk pengembangan usaha agribisnis ikan hias Koi.	Analisis SWOT.
21	Hartini, I., dkk. (2023) Jurnal Ekombis Review, Vol. 11, No. 1	Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika Di Kabupaten Lahat	Merumuskan strategi prioritas dari berbagai alternatif dalam pengembangan agribisnis kopi arabika.	Analisis AHP (Analytical Hierarchy Process).
22	Suciati, A., dkk. (2022) Jurnal AGRINIKA, Vol. 6, No. 1	Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Bawang Merah di Kabupaten Banyuwangi	Menyusun strategi pengembangan agribisnis bawang merah di Kabupaten Banyuwangi.	Analisis SWOT dan QSPM.
23	Harahap, L.M., dkk. (2024) Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan	Strategi Pengembangan Agribisnis Berkelanjutan di	Menganalisis tantangan dan peluang dalam merumuskan strategi	Analisis Deskriptif

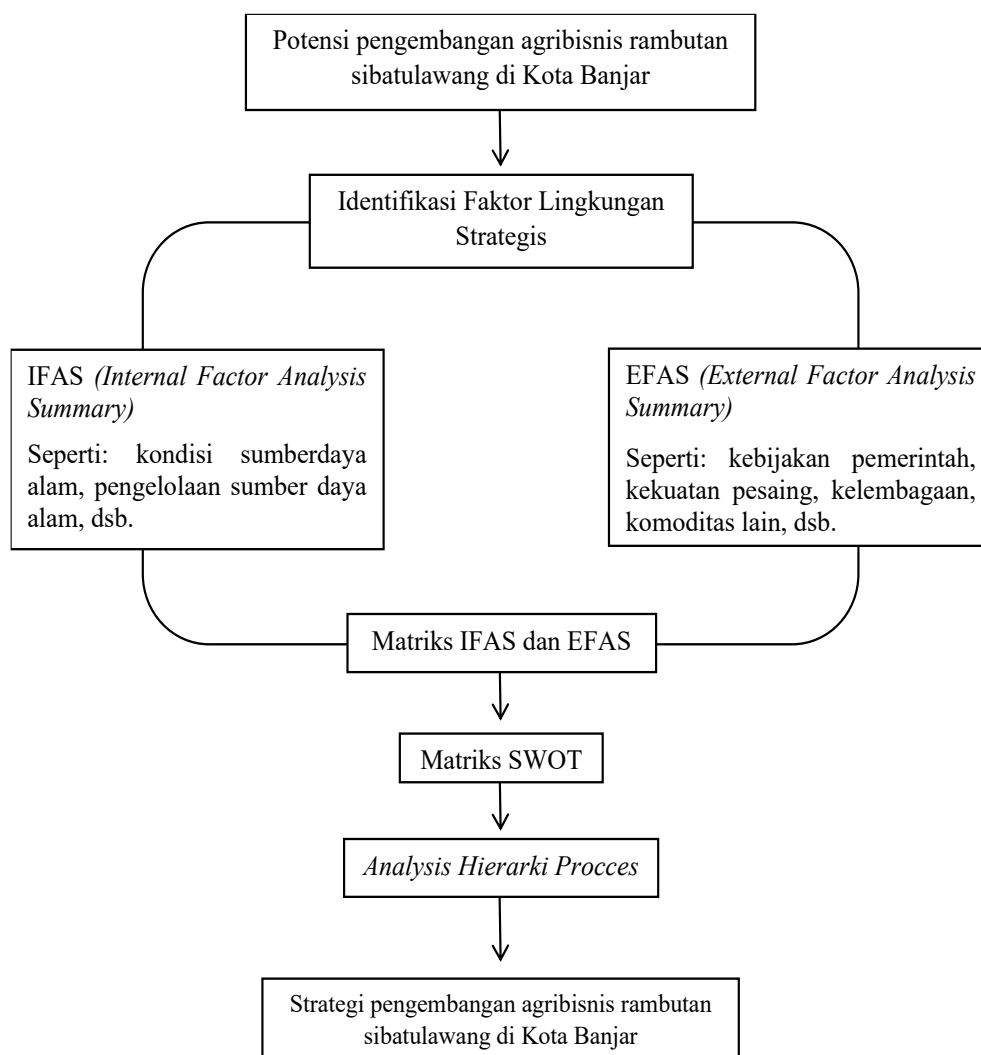
No	Identitas Jurnal	Judul	Tujuan Penelitian	Metode
	Ekonomi (JIMBE), Vol. 1, No. 5	Era Digital: Tantangan dan Peluang	pengembangan agribisnis yang berkelanjutan di era digital.	
24	Fadli & Septiadi (2024) AGROTEKSOS, Vol. 34, No. 2	Strategi Pengembangan Agribisnis Tembakau Rajangan di Kabupaten Lombok Timur	Mengidentifikasi faktor internal/eksternal dan merumuskan strategi pengembangan agribisnis tembakau rajangan.	Analisis SWOT.
25	Chansa Arfah, S. Y. (2019) Agroland, Vol. 26, No. 2	Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao di Sulawesi Tengah	Menganalisis kondisi dan merumuskan strategi pengembangan agribisnis kakao di Sulawesi Tengah.	Analisis SWOT dan Arsitektur Strategi

Tabel 1 Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan keragaman fokus dalam tema pengembangan agribisnis, mencerminkan perbedaan subjek dan objek kajian, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun keunggulan komoditas daerah. Studi-studi tersebut menjadi rujukan penting dalam penelitian ini karena kesamaan topik, sehingga temuan yang dihasilkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang agribisnis secara akademis.

2.3 Pendekatan Masalah

Komoditas hortikultura merupakan sektor pertanian potensial untuk dikembangkan di Indonesia, termasuk rambutan. Rambutan menunjukkan prospek agribisnis yang meningkat, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Salah satu wilayah yang mengembangkan rambutan sebagai komoditas unggulan adalah Kota Banjar, dengan varietas khas berindikasi geografis, yaitu Rambutan Sibatulawang. Kota Banjar merupakan satu-satunya produsen Rambutan Sibatulawang di Jawa Barat, yang dikenal dengan cita rasa manis dan tekstur daging buah yang khas. Sentra produksinya berada di Kecamatan Pataruman. Sebagai upaya pengembangan, Pemerintah Kota Banjar menetapkan rambutan Sibatulawang sebagai komoditas hortikultura unggulan, seiring dengan enam komoditas lainnya, dalam rangka mendorong pertumbuhan agribisnis daerah secara berkelanjutan. Pengembangan agribisnis Rambutan Sibatulawang di Kota Banjar memerlukan strategi yang terstruktur dan komprehensif.

Langkah awal dilakukan melalui analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi, mencakup aspek budidaya, pascapanen, pemasaran, dan jasa penunjang (Rangkuti, 2016). Evaluasi ini didasarkan pada wawancara dengan pemangku kepentingan menggunakan pendekatan pentahelix, yang melibatkan unsur akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media (Soemaryani, 2016). Selanjutnya untuk menyusun rancangan strategi secara mendetail maka dilakukan *analysis herarki procces*. Tujuannya adalah untuk mengetahui alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan agribisnis rambutan Sibatulawang di Kota Banjar yang autentik dengan kondisi lapangan. Lebih jelasnya untuk mengetahui secara rinci alur pendekatan masalah dapat diperhatikan pada gambar 2.



Gambar 2. Alur pendekatan masalah