

**MARKISA ARFAK: PERSPEKTIF POTENSI DAN  
PENGEMBANGAN DI KAMPUNG SYOU DISTRIK MOKWAM  
KABUPATEN MANOKWARI**

**TUGAS AKHIR**

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN BERKELANJUTAN**

**KRIS NOVER DENI WONGGOR  
NIRM: 06.01.20.145**



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MANOKWARI  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN**

**2024**

**MARKISA ARFAK: PERSPEKTIF POTENSI DAN  
PENGEMBANGAN DI KAMPUNG SYOU DISTRIK MOKWAM  
KABUPATEN MANOKWARI**

**TUGAS AKHIR**

*Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains  
Terapan pada Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan  
Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari*

**KRIS NOVER DENI WONGGOR  
NIRM: 06.01.20.145**

**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MANOKWARI  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**MARKISA ARFAK: PERSPEKTIF POTENSI DAN PENGEMBANGAN  
DI KAMPUNG SYOU DISTRIK MOKWAM KABUPATEN MANOKWARI**

**KRIS NOVER DENI WONGGOR**

**06.01.20.145**

Dinyatakan telah memenuhi syarat dan diseminarkan

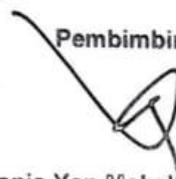
Pada tanggal: 19 Juli 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dr. Mikhael, S.P., M.Si  
NIP. 19760702 200212 1 005

  
Yohanis Yan Makaberi, S.P., M.Si  
NIP: 19620110 198203 1 007

Mengetahui:

Direktur Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari

  
Dr. O'eng Anwarudin, S.Pt., M.Si  
NIP. 197903042003121003

HALAMAN PENGESAHAN

MARKISA ARFAK: PERSPEKTIF POTENSI DAN  
PENGEMBANGAN DI KAMPUNG SYOU DISTRIK MOKWAM  
KABUPATEN MANOKWARI

KRIS NOVER DENI WONGGOR

06.01.20.145

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 29 Juli 2024  
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengetahui

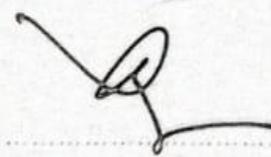
Tim Penguji

Tanda Tangan

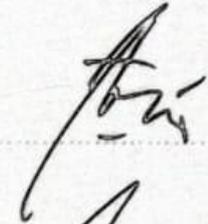
Dr. Mikhael, S.P., M.Si  
NIP. 1976070220021221005



Yohanis Y. Makabori, S.P., M.Si  
NIP. 196201101982031007



Dr. Triman Tappi, S.P., M.Si  
NIP. 197503082008121002



Immanuel Wornsiwo, S.St., M.Ikom  
NIP. 1977111120011211019



**PERNYATAAN  
ORISINALITAS TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Kris Nover Deni Wonggor

NIRM : 06.01.20.145

Program studi : Penyukuhan Pertanian Berkelanjutan

Menyatakan dengan ini sebenar-benarnya bahwa, tugas akhir ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas perbuatan tersebut.

Manokwari, Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,

Mahasiswa

Kris Nover Deni Wonggor

06.01.20.145

## ABSTRAK

### **MARKISA ARFAK: PERSPEKTIF POTENSI DAN PENGEMBANGAN DI KAMPUNG SYOU DISTRIK MOKWAM KABUPATEN MANOKWARI**

*Kris Nover Deni Wonggor, Dr. Mikhael, S.P.,M.Si, Yohanis Yan Makabori, S.P.,M.Si*

Tujuan penelitian ini Mengetahui potensi budidaya tanaman dan pemasaran produksi Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari dan menganalisis strategi pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari. Data yang digunakan adalah data Primer. Penelitian ini didesain menggunakan pendekatan kualitatif naturalistik yang berdasarkan asumsi dasar bahwa realitas sosial subyek penelitian ini (petani lokal suku Hatam-Moiley) bersifat jamak yang terikat dalam suatu jaringan interelasi yang unik dan kompleks serta saling mempengaruhi, sehingga perlu dipahami dari sisi pandang subyek yang diteliti secara alami atau natural.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa markisa arfak di Wilayah Mokwam sangat berpotensi, karena salah satu factor kekuatan yang menunjukkan bahwa markisa arfak sangat berpotensi adalah alam di Wilayah Mokwam sangat cocok untuk dikembangkan markisa dan markisa sangat beradaptatif dengan kondisi alam di Wilayah Mokwam khususnya di Kampung Syou Distrik Mokwam. Selain dari kekuatan yang ada markisa juga memiliki peluang besar yaitu permintaan pasar yang relatif bagus dan harga jual marksa yang relatif stabil.

***Kata Kunci:*** *Potensi Markisa Arfak, Pengembangan Markisa Arfak.*

## ABSTRACT

### **ARFAK MARKORISE: POTENTIAL AND DEVELOPMENT PERSPECTIVE IN SYOU VILLAGE, MOKWAM DISTRICT, MANOKWARI DISTRICT**

*Kris Nover Deni Wonggor, Dr. Mikhael, S.P.,M.Si, Yohanis Yan Makabori, S.P.,M.Si*

*The aim of this research is to determine the potential for plant cultivation and marketing of Arfak passion fruit production in Syou Village, Mokwam District, Manokwari Regency and to analyze the Arfak Passion Fruit development strategy in Syou Village, Mokwam District, Manokwari Regency. The data used is primary data. This research was designed using a naturalistic qualitative approach which is based on the basic assumption that the social reality of the research subjects (local farmers of the Hatam-Moiley tribe) is plural, bound in a unique and complex network of interrelations and influences each other, so it needs to be understood from the perspective of the subjects studied. naturally or naturally.*

*The results of the research show that artifact passion fruit in the Mokwam Region has great potential, because one of the strength factors that shows that artifact passion fruit has great potential is that the nature in the Mokwam Region is very suitable for developing passion fruit and passion fruit is very adaptable to natural conditions in the Mokwam Region, especially in Syou Village, Mokwam District . Apart from its existing strengths, passion fruit also has great opportunities, namely relatively good market demand and relatively stable selling prices for passion fruit.*

**Keywords:** *Arfak Passion Fruit Potential, Arfak Passion Fruit Development.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunian-Nya, sehingga penyusunan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Markisa Arfak: Perspektif Potensi dan Pengembangan di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari” dapat diselesaikan tepat waktu. Penyusunan Laporan Tugas Akhir merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa, dan dapat dipresentasikan dalam seminar hasil setelah melaksanakannya di lokasi penelitian/kajian.

Pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Mikhael, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing I dan Yohanis Yan Makabori, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing II atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan sehingga penyusunan Laporan Tugas Akhir dapat diselesaikan dan diseminarkan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Drh. Purwanta, M.Kes selaku Direktur Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari;
2. Dr. Benang Purwanto, S.P., M.P selaku ketua Jurusan Pertanian dan Ketua Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan, Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari;
3. Orang tua terkasih yang senantiasa memberikan dukungan doa, materi, dan motivasi;
4. Semua Pihak yang telah membantu dalam pembuatan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak memiliki kekurangan, sehingga saran dan masukan yang bermanfaat dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan demi masa depan yang lebih baik.

Manokwari, Agustus 2024

Penulis,

Kris Nover Deni Wonggor  
NIRM. 06.01.20.145

## DAFTAR ISI

<i>daftar</i>	<i>halaman</i>
<b>HALAMAN PESETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan/manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Klasifikasi dan Morfologi Markisa .....	6
2.2 Budidaya Markisa Konyal .....	7
2.3 Analisis SWOT .....	8
2.3.1 Pengertian analisis SWOT .....	8
2.3.2 Analisis lingkungan internal .....	8
2.3.3 Analisis lingkungan eksternal .....	9
2.4 Kerangka Pikir .....	10
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>11</b>
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	11
3.2 Metode .....	11
3.2.1 Alat dan bahan .....	11
3.2.2 Rancangan penelitian .....	11
3.2.3 Variabel dan indikator pengukuran .....	12
3.2.4 Data dan metode pengumpulan data .....	14
3.2.5 Informan penelitian .....	16
3.2.6 Keabsahan Data: validasi dan reliabilitas data .....	17
3.2.7 Analisis data .....	19
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>20</b>
4.1 Hasil.....	20
4.1.1 Keadaan Umum Wilayah.....	20
4.1.2 Karakteristik Informan .....	21
4.1.3 Potensi budidaya tanaman markisa arfak dan pemasaran produksi .....	24
4.1.4 Strategi Pengembangan Markisa Arfak.....	34
4.1.5 Diseminasi hasil kajian.....	40
4.2 Pembahasan.....	41
4.2.1 Potensi budidaya tanaman markisa arfak dan pemasaran produksi .....	41
4.2.2 Strategi Pengembangan Markisa Arfak.....	44
4.2.3 Faktor Lingkungan Internal.....	44

4.2.4 Faktor Lingkungan Eksternal.....	46
4.2.5 Analisis Strategi .....	47
4.2.6 Rekomendasi strategi pengembangan markisa arfak	50
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

<i>Tabel</i>	<i>halaman</i>
Tabel 1 Variabel dan indikator pengukuran .....	13
Tabel 2 Data dan metode pengumpulan data .....	14
Tabel 3 Jumlah dan teknik pemilihan informan .....	17
Tabel 4 Jumlah penduduk kampung syou .....	30
Tabel 5 jumlah penduduk berdasarkan Matapencaharian di kampung syou.....	20
Tabel 6 Sarana dan prasarana Kampung Syou.....	21
Tabel 7 Umur informan.....	21
Tabel 8 Tingkat pendidikan formal informan.....	22
Tabel 9 Tingkat Pendidikan non-formal informan .....	23
Tabel 10 Lamah usaha tani informan .....	23
Tabel 11 Sumber daya alam yang dimiliki petani .....	24
Tabel 12 Sumber daya manusia petani lokal .....	25
Tabel 13 Sumber daya fisik yang digunakan petani .....	28
Tabel 14 Sumber daya finansial yang digunakan .....	29
Tabel 15 Penyajian data Variabel potensi budidaya markisa arfak.....	30
Tabel 16 Kekuatan lingkungan internal .....	34
Tabel 17 Kelemahan lingkungan internal .....	35
Tabel 18 Peluang lingkungan External.....	36
Tabel 19 Ancaman lingkungan External.....	36
Tabel 20 Tabel analisis SWOT Penyajian data variabel strategi Pengembangan markisa arfak.....	38
Tabel. 21 Identifikasi Faktor Internal Pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.....	43
Tabel 22 Bobot, Rate dan Skor Faktor Internal Pengembangan Markisa Arfak.....	44
Tabel 23 Identifikasi factor eksternal pengembangan markisa arfak ....	45
Tabel 24 Bobot, Rate dan Skor Faktor Eksternal Pengembangan Markisa Arfak.....	46
Tabel 25 Matriks keterkaitan unsur-unsur SWOT dalam penyusunan strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam .....	48
Tabel 26 Penentuan alternative strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam .....	59
Tabel 27 Penentuan prioritas strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam .....	55

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar</i>	<i>halaman</i>
Gambar 2.1 Kerangka pikir konseptual penelitian .....	10
Gambar 4.2.5 Pemetaan Nilai Analisis Lingkungan Internal (ALI) dengan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) Pada Pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran</i>	<i>halaman</i>
Lampiran 1 Surat keterangan penelitian .....	57
Lampiran 2 Panduan wawancara .....	59
Lampiran 3 Daftar hadir informan .....	62
Lampiran 4. Dokumentasi kegiatan Penelitian.....	63
Lampiran 5 Media Deseminasi .....	70
Lampiran 6 Jadwal Kegiatan Penelitian/TA .....	71

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tanaman Markisa bukanlah tanaman asli Indonesia, tetapi merupakan tanaman pendatang dari luar negeri. Daerah asal tanaman markisa diduga dari Amerika Latin, yaitu Brazilia dan sekitarnya. Dari Brazilia, tanaman markisa menyebar ke Australia dan Eropa. Diduga markisa yang dikembangkan di Indonesia sekarang ini berasal dari Australia, yang masuk ke Indonesia pada abad ke-19, yang mula-mula dikembangkan di Jawa Barat, Sumatera Barat dan Sumatera Utara. Tanaman markisa ini kemudian menyebar ke seluruh dunia, dan umumnya di tanam di daerah pegunungan atau daerah yang berhawa sejuk. Pada saat ini tanaman markisa telah berkembang baik di Sulawesi Selatan (Gowa, Sinjai, Tator) dan di Sumatera Utara (Karo). Luas tanaman markisa di Sumatera Utara pada saat ini telah mencapai lebih dari 333 ha dengan produksi 46, 33 ton/ha. Di Jawa tanaman markisa dalam skala kecil terdapat di Sukabumi, Cibodas, Pangalengan dan Lembang Bandung (Direktorat Budidaya Tanaman Buah, 2008).

Markisa adalah salah satu dari banyak buah yang mampu berkembang di daerah tropis, buah ini merupakan tanaman asli Amerika selatan rasanya yang manis sedikit campur asam sedikit memberikan ciri rasa yang nikmat. Buah ini cukup disukai selain rasanya yang khas karena manfaatnya yg baik untuk kesehatan tubuh manusia manfaatnya yang cukup besar ini menjadi daya Tarik masyarakat untuk mengkonsumsi buah markisa (Aisyah et al., 2021).

Markisa merupakan salah satu jenis buah yang potensial dan layak diusahakan secara komersial sebagai komoditas unggulan. Buah markisa merupakan bahan baku industri minuman yang memiliki prospek yang cerah, baik dalam negeri maupun di luar negeri. Indonesia mempunyai potensi besar untuk mengembangkan agribisnis dan agroindustri markisa. Peluang pasar dunia terhadap permintaan markisa segar dan olahan sangat terbuka luas, sehingga usahatani tanaman markisa layak dikembangkan dan dijadikan sumber pendapatan petani dan devisa negara (Winarso, 2004). Produk lanjutan buah markisa adalah dengan menjadikan buah markisa sebagai sirup markisa (Putri et al., 2023; Inayah & Muhtadi, 2022) yang dapat memberikan nilai tambah positif (Nadja et al., 2023). Selain itu pula buah markisa dapat menghasilkan asam sitrat melalui fermentasi buah sebagai bahan pengawet alami yang baik dan dapat juga

dipakai untuk mengatur tingkat kemasaman pada berbagai pengolahan makanan dan minuman ringan (Ovelando et al., 2013).

Markisa merupakan komoditas buah-buahan yang mempunyai potensi dan peluang besar untuk dikembangkan. Selain mempunyai nilai ekonomis yang cukup tinggi markisa juga mengandung berbagai vitamin dan mineral. Informasi atau data mengenai usaha agribisnis markisa sangat diperlukan dalam kaitannya dengan pengembangan agribisnis markisa. Adanya informasi tersebut dapat menjadi motivasi bagi masyarakat ataupun pihak yang lain yang berminat dan tertarik dalam usaha agribisnis markisa.

Buah markisa banyak dikonsumsi oleh masyarakat dalam keadaan segar maupun bentuk olahan lain, karena markisa mengandung vitamin dan nutrisi yang bermanfaat bagi kesehatan manusia. Markisa kaya akan vitamin B dan potassium yang berfungsi untuk merilekskan sistem saraf. Selain itu, buah markisa sebagai salah satu tanaman hortikultura memiliki potensi besar diperdagangkan di pasaran dunia. Sumbangan yang diberikan tanaman hortikultura pada pendapatan nasional cukup besar yaitu sekitar 13% (Sudarso et al., 2006).

Direktorat Budidaya Tanaman Buah (2008) mengatakan markisa banyak mengandung passiflorine yang berkhasiat untuk menenangkan urat syaraf, juga sebagai sumber beberapa vitamin. Data kandungan gizi buah markisa dalam 100 gram buah yaitu: kadar air 78,1%, padatan total terlarut (PTT) 15,5%, kadar gula 5,74%, vitamin C 15,74%, total asam 166,7. Buah markisa biasanya banyak mengandung cairan yang dapat diolah menjadi minuman sari buah (juice). Di pabrik atau industri pengolahan buah markisa terutama jenis ungu (siuh) buahnya diperas menjadi konsentrat markisa yang tahan lama. Sedangkan markisa jenis konyal banyak dimakan segar. Sentra produksi markisa jenis Siuh ini di Indonesia terdapat di 2 provinsi yaitu Provinsi Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan. Berikut ini disajikan data luas panen, produksi dan produktivitas tahun 2004 - 2006 Provinsi Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan berdasarkan Angka Tetap.

Markisa memiliki nutrisi berupa Vitamin yang sangat tinggi seperti vitamin C yang cukup tinggi membantu meningkatkan daya tahan tubuh sedangkan vitamin A juga terdapat dalam markisa baik untuk kesehatan mata, sehingga sangat baik dikonsumsi sebagai pemelihara daya tahan tubuh. Oleh karena itu markisa dibutuhkan sebagai sumber pemenuhan kebutuhan vitamin yang ada dalam tubuh manusia. Markisa juga memiliki beberapa Manfaat bagi kesehatan, yaitu, berpotensi menurunkan risiko kanker, membantu meredakan gejala asma,

membantu kelancaran buang air besar, membantu menurunkan berat badan, mengurangi kecemasan dan membantu tidur nyenyak (Direktorat Budidaya Tanaman Buah, 2008).

Tanaman markisa memiliki prospek untuk dikembangkan, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan masyarakat dalam dan luar negeri akan buah markisa. Meningkatnya minat dari konsumen akan buah markisa baik dari dalam negeri maupun luar negeri merupakan suatu peluang yang harus dimanfaatkan. Adanya peningkatan jumlah penduduk, peningkatan kesadaran gizi masyarakat di Indonesia menunjukkan permintaan akan buah-buahan salah satunya adalah buah markisa, buah markisa akan meningkat pada masa mendatang, sedangkan dari luar negeri permintaan ekspor buah markisa datang dari Brunei, Eropa, Singapura dan Amerika.

Peluang usaha markisa masih terbuka cukup lebar karena adanya perluasan areal penanaman didataran rendah dan peluang pemasaran ke luar negeri. Akan tetapi, salah satu faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan markisa adalah teknologi budidaya yang belum tepat sehingga produksi dan kualitas buah yang dihasilkan rendah dan belum sesuai dengan yang diharapkan (Nurfaida et al., 2018). Burhanam et al (2004) mengatakan peluang pengembangan agribisnis markisa dapat ditinjau dari empat aspek, yaitu: (1) teknologi produksi (2) pasca panen, (3) kelayakan finansial, dan (4) potensi lahan untuk pengembangan. Semua aspek tersebut sangat mendukung, namun demikian tingkat keunggulan kompetitif serta aspek konservasi lahan untuk pengembangan perlu mendapat perhatian. Keterpaduan dalam perbaikan budidaya, pengolahan produk, perluasan pasar dan areal menjadi sangat strategis untuk pengembangan agribisnis markisa sebagai bagian dari pengembangan wilayah.

Laksmi et al (2020) mengatakan alternatif strategi pengembangan usahatani tanaman markisa yakni meningkatkan produksi dengan menerapkan teknologi pertanian terbaru, memperbanyak pertemuan kelompok tani, menjadikan pemerintah daerah sebagai wadah pemberi informasi maupun pelatihan-pelatihan kepada kelompok tani, menemukan mitra dalam pemasaran, meningkatkan peran penyuluh, peningkatan kualitas infrastruktur, meningkatkan inisiatif petani dalam memperoleh bimbingan terhadap penanggulangan penyakit tanaman, meningkatkan kontroling pemerintah dalam meninjau sejauh mana informasi yang disosialisasikan dapat diterima dengan baik oleh kelompok tani. Strategi lain juga dapat dilakukan melalui pemanfaatan pekarangan yang diawali

dari kegiatan sosialisasi potensi markisa, pelatihan seleksi buah, perbanyak tanaman dari benih buah yang telah dihasilkan, serta teknik pemeliharaan tanaman markisa (Negara et al., 2023).

Tanaman markisa telah menyebar pada beberapa wilayah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Manokwari, tepatnya di wilayah Distrik Mokwam hingga wilayah Kabupaten Pegunungan Arfak. Salah satu wilayah yang terdapat tanaman markisa adalah Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari. Markisa kuning yang dikembangkan bukanlah komoditi asli wilayah tersebut, namun dibawa dari daerah wamena oleh salah seorang masyarakat setempat, kemudian dikembangkan hingga sekarang ini, dan masyarakat Kampung Syou menyebutnya "markisa wamena" sesuai dengan asal tempatnya. Berdasarkan survey yang dilakukan sebelumnya menemukan bahwa aspek budidaya, pengolahan hasil, dan pemasaran produksi menjadi faktor penghambat dalam pengembangan tanaman markisa di wilayah tersebut. Masyarakat petani belum melakukan budidaya secara intensif menggunakan teknologi budidaya yang lebih baik (masih konvensional), dan juga petani belum menerapkan sistem pascapanen yang menjaga kesegaran buah, pengemasan produk untuk mendukung pemasaran produksi. Tanaman markisa masih dibiarkan tumbuh liar di hutan dan sekitar pekarangan rumah. Masyarakat biasanya memanfaatkan buah markisa untuk dikonsumsi dan sebagian di jual ke pasar sebagai penambah komoditi utama yang akan dipasarkan. Harga jual yang diberikan biasanya Rp. 5.000,-/tumbuh (4-5 buah). Tanaman markisa juga menjadi tanaman khusus yang tumbuh di daerah Mokwam hingga pegunungan Arfak lainnya sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung yang datang untuk menjadikan buah markisa sebagai buah tangan (oleh-oleh).

Identifikasi potensi wilayah terkait aspek budidaya, pascapanen atau pengolahan produksi, dan pemasaran produksi sangatlah penting dalam menentukan strategi pengembangan markisa di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari. Berdasarkan hal tersebut maka dianggap penting untuk melakukan suatu studi yang mengungkapkan potensi dan pengembangan markisa di wilayah tersebut. Melalui identifikasi potensi yang dimiliki saat ini dapat dilakukan analisis strategi pengembangan markisa di Kampung Syou Distrik Mokwam.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan umum yang telah diuraikan pada latar belakang diatas dibuat secara tegas dalam format rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi budidaya tanaman dan pemasaran produksi Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari?
2. Bagaimana strategi pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui potensi budidaya tanaman dan pemasaran produksi Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari?
2. Mengetahui strategi pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari?

## **1.4 Manfaat/kegunaan**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat/kegunaan sebagai berikut:

1. Pengembangan ilmu pengetahuan khususnya untuk memperkaya khasana ilmu pembangunan pertanian yang berkaitan dengan budidaya tanaman dan pengembangan komoditi specifik lokal, khususnya tanaman markisa.
2. Bahan masukan bagi pemerintah daerah Kabupaten Manokwari dan stakeholders lainnya dalam merencanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat petani lokal dan pengembangan komodisi specifik lokal berdasarkan potensi keunggulan wilayah.
3. Bahan diskusi bagi para dosen pada lembaga pendidikan, peneliti dan praktisi bidang pertanian untuk memahami potensi komoditi specifik lokal dan strategi pengembangannya.
4. Bahan publikasi potensi dan pengembangan tanaman Markisa Arfak lokal pada jurnal ilmiah sehingga dapat dipahami oleh masyarakat luas.
5. Bahan referensi bagi peneliti lainnya yang berminat untuk mengkaji bidang yang sama dengan pendekatan, metode dan ruang lingkup penelitian yang berbeda.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Klasifikasi dan Morfologi Markisa

Markisa adalah salah satu buah lokal yang sangat potensial untuk dikembangkan, karena tanaman markisa memiliki berbagai keunggulan dalam hal budidaya yang tergolong mudah, tidak banyak perawatan, tahan terhadap hama dan penyakit serta dapat tumbuh di dataran tinggi dan dataran rendah (Sari, 2019).

Susilo et al (2023) menyebutkan terdapat empat jenis markisa yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat di Indonesia, yaitu markisa ungu (*Passiflora edulis* var. *edulis*), markisa konyal (*Passiflora ligularis*), markisa kuning (*Passiflora edulis* var. *flavicarpa*), dan markisa erbis (*Passiflora quadrangularis*).

Klasifikasi buah markisa kuning (Siregar & Gultom, 2018):

Kingdom : *Plantae*  
Devisi : *Magnoliophyta*  
Kelas : *Magnoliopsida*  
Orde : *Malphigiales*  
Famili : *Passifloraceae*  
Genus : *Passiflora*  
Spesies : *Passiflora ligularis*

Adapun morfologi dari buah markisa kuning (Siregar & Gultom, 2018) yaitu:

1. Bentuk daun lebar melonjong berukuran lebih besar dan lebih tebal daripada markisa ungu. Daun muda berwarna hijau dengan panjang daun 10 - 13 cm dan lebar daun 9 - 12 cm.
2. Tangkai berwarna hijau kecoklatan dengan panjang tangkai 2 - 4 cm.
3. Ruas batang panjang 7 - 10 cm dan sulur muda berwarna kecoklatan.
4. Bunga berukuran besar dengan diameter 7 - 8 cm dengan mahkota tambahan berbentuk benang dan memencar, panjang  $\pm 3,5$  cm, pangkalnya berwarna ungu dan ujungnya berwarna putih.
5. Buah muda berwarna hijau, sedangkan buah tua yang masak berwarna kuning muda-kuning berbintik putih. Buah berbentuk bulat hingga bulat agak lonjong atau oval dengan diameter 5 - 7 cm dan bobot 55 - 130 gram. Sari buah berwarna kuning dengan rasa manis beraroma seperti jambu biji.
6. Kulit buah agak tebal dan keras.

## 2.2 Budidaya Markisa Konyal

Kegiatan utama dalam budidaya markisa konyal dimulai dari persiapan lahan, penanaman, dan pemeliharaan.

### 1. Persiapan lahan

Sebelum dilakukan penanaman, persiapan lahan adalah hal utama yang perlu dilakukan. Jika lahan untuk penanaman markisa belum pernah digarap maka kegiatan yang harus dilakukan adalah pembersihan lahan seperti terdapat semak belukar dan harus dihilangkan. Tanah diolah dengan baik agar gulma-gulma yang terdapat pada lahan hilang sampai ke akar akarnya. Selanjutnya dilakukan pengemburan tanah sehingga aerasi dapat berjalan dengan lancer (Waitlem, 2001).

Tanaman markisa membutuhkan pH tanah 6,5 - 7,5 dan berdrainase baik. Pada keadaan tanah tersebut, tanaman markisa cocok tumbuh dan berproduktifitas dengan baik. Keadaan lahan yang tergenang dapat mengakibatkan tanaman ini terserang bengkak akar. Untuk lahan dengan keadaan tanah yang miring harus dibuat terasering atau sengke dan untuk menjaga kesuburan tanah agar tidak terjadi erosi pada lahan markisa (Karmila, 2013).

### 2. Penanaman

Penanaman dilakukan setelah bibit markisa berumur 4 - 6 bulan setelah semai/penyetekan atau tiga bulan setelah sambung pucuk. Bibit ditanam pada lubang tanam yang berukuran 40 cm x 40 cm dengan kedalaman 30 - 40 cm. Jarak tanam 3 x 4 m sampai 4 x 5 m. Lubang tanam dibuat 2 minggu sebelum tanam. Sebelum dilakukan penanaman, media untuk penanaman markisa dicampur dengan pupuk kandang  $\pm$  10 kg/lubang. Tanaman yang berumur satu bulan setelah tanam, mulai merambat sehingga harus dibuatkan rambatan dan penyangga. Sebagai penyangga tanaman, dipasang tonggak kayu setinggi 2 - 2,5 m untuk setiap tanaman, kemudian dibuat lanjaran atau para-para.

Tanaman markisa biasanya mulai berbunga pada umur 3-6 bulan setelah tanam jika tanaman berasal dari perbanyak sambung pucuk. Agar tumbuh dan berproduksi baik, tanaman markisa dipupuk dengan pupuk organik dan pupuk buatan. Pupuk kandang sebanyak  $\pm$  10 kg/pohon diberikan pada saat tanam, yang sebelumnya sudah dicampur

dengan tanah galian lubang, untuk selanjutnya pemberian pupuk kandang dilakukan setiap enam bulan sekali (Negara et al., 2023).

### 3. Pemeliharaan

Pemupukan: Pemupukan dengan pupuk urea 50 gr/pohon, SP-36 100 gr/pohon, KCl 100 gr/pohon, dan NPK (15-15-15) 50 gr/pohon, yang diberikan setiap empat bulan sekali. Pengairan: Pengairan yang dilakukan secara teratur pada kondisi kering dapat menjaga pembungaan dan pembuahan markisa secara terus-menerus, karena markisa dapat berbuah sepanjang tahun (Munthe et al., 2022).

## 2.3 Analisis SWOT

### 2.3.1 Pengertian analisis SWOT

Analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang disingkat dari kata *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats* (Rangkuti, 2013). Analisis SWOT yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*), dan ancaman (*threats*).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan suatu perusahaan atau produsen. Dengan demikian perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan/produsen (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Model yang paling populer untuk analisis situasi tersebut adalah analisis SWOT. Sunarto (2006) mengatakan analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis/usaha yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats*.

### 2.3.2 Analisis lingkungan internal

Analisis lingkungan internal mencakup analisis kekuatan dan kelemahan. Setiap unit bisnis perlu mengevaluasi kekuatan dan kelemahan secara periodik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan formulir manajemen, atau konsultan dari luar, mengkaji kompetensi pemasaran, keuangan, produksi, dan organisasi perusahaan. Setiap faktor dinilai apakah merupakan kekuatan utama, kekuatan minor, faktor netral, kelemahan minor, atau kelemahan utama.

Setelah unit bisnis menentukan misinya dan meneliti lingkungan eksternal secara internalnya, unit bisnis tersebut lalu dapat menyusun sasaran dan tujuan tertentu untuk periode perencanaan, pada tahap ini disebut dengan formulasi tujuan. Sebuah unit bisnis harus menata sasarannya secara hierarkis, dari yang paling penting sampai yang dirasa kurang penting (Abdullah & Francis, 2016).

Kekuatan (*strengths*) merupakan kondisi internal yang menunjang suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai objektif yang diinginkan. Kekuatan adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumberdaya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lain. Faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi atau perusahaan yang berakibat pada kepemilikan keunggulan oleh unit usaha di pasaran.

Kelemahan (*weaknesses*) merupakan kondisi internal yang menghambat organisasi atau perusahaan untuk mencapai objektif yang diinginkan. Faktor kelemahan yang dimaksud adalah keterbatasan dan kekurangan kemampuan dalam hal sumber, ketrampilan dan kemampuan, seperti kemampuan manajerial yang rendah, ketrampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak ada atau kurang diminati oleh pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai (Siagian, 2014).

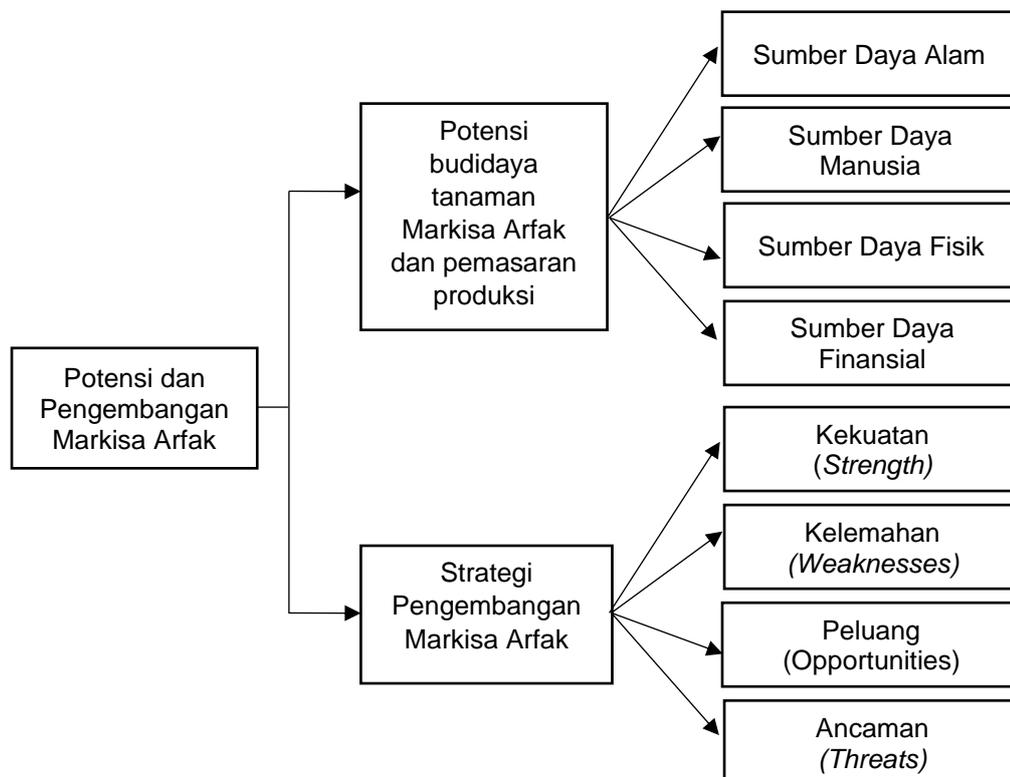
### 2.3.3. Analisis lingkungan eksternal

Analisis lingkungan eksternal mencakup analisis peluang dan ancaman. Tujuan utama penilaian lingkungan adalah mengamati peluang-peluang baru, peluang pemasaran sendiri di definisikan sebagai suatu bidang kebutuhan dimana perusahaan dapat memenuhinya secara menguntungkan. Peluang dapat dicatat dan dipilah menurut daya tariknya, dan kemungkinan keberhasilannya. Kemungkinan sukses perusahaan akan semakin besar apabila kekuatan bisnisnya tidak hanya sesuai dengan persyaratan sukses utama untuk beroperasi dalam pasar sasaran tersebut, tetapi juga unggul dari para pesaingnya. Perusahaan yang berkinerja paling baik adalah perusahaan yang dapat menciptakan nilai pelanggan tertinggi dan mempertahankannya dengan jangka panjang. Peluang (*opportunities*), adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi

suatu satuan bisnis. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, seta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.

Sebagian perkembangan dalam lingkungan eksternal merupakan ancaman. Ancaman lingkungan sendiri adalah antangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan yang akan mengurangi penjualan atau laba bila tidak dilakukan pemasaran defensif. Ancaman (*threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. *Threats* adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Contohnya adalah pertumbuhan pasar yang lamban, masuknya pesaing baru di pasar, perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai.

## 2.4 Kerangka Pikir



Gambar 1.1 Kerangka pikir konseptual penelitian

## **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

### **3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Pelaksanaan kegiatan kajian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu mulai terhitung dari bulan Maret sampai dengan Mei tahun 2023. Lokasi kegiatan di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada survey lapangan yang dilakukan sebelumnya memberikan gambaran bahwa Kampung Syou merupakan salah satu kampung yang berada pada wilayah Distrik Mokwam, dimana masyarakat lokal yang berasal dari suku Hatam atau Hatam-Moiley telah lama membudidaya tanaman markisa. Produksi tanaman markisa dalam bentuk buah yang biasanya dikonsumsi sendiri dan sebagian dijual ke pasar yang berada di Kota Manokwari. Selain itu juga buah markisa dijadikan oleh-oleh (sesuatu yang dibawa dari bepergian, atau disebut juga buah tangan) bagi pengunjung yang datang di wilayah tersebut.

### **3.2 Metode**

#### **3.2.1 Alat dan bahan**

Alat dan bahan yang digunakan yaitu: alat tulis menulis (buku catatan harian, bolpoint, spidol), HP (alat komunikasi, rekaman, dan dokumentasi), laptop, printer, papan lapangan, panduan wawancara, kertas HVS, kertas manila, lagban, dan bahan kontak.

#### **3.2.2 Rancangan penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dimaksudkan untuk meneliti status dan fenomena-fenomena aktivitas petani lokal Hatam-Moiley dalam budidaya tanaman markisa yang saat ini dilakukan, sehingga dapat mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat terkait fakta fakta, karakteristik serta hubungan antar fenomena yang terkait potensi dan pengembangan markisa. Penelitian ini didesain menggunakan pendekatan kualitatif naturalistik yang berdasarkan asumsi dasar bahwa realitas sosial subyek penelitian ini (petani lokal suku Hatam-Moiley) bersifat jamak yang terikat dalam suatu jaringan interelasi yang unik dan kompleks serta saling mempengaruhi, sehingga perlu dipahami dari sisi pandang subyek yang diteliti secara alami atau natural.

Tujuan utama penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasi hasil penemuan untuk digunakan sebagai acuan atau representasi dari masalah yang lebih luas tetapi lebih ditujukan untuk memaksimalkan penemuan dari masalah-masalah yang kompleks dan heterogen (Syahza, 2021), atau lebih ditekankan pada kedalaman pemahaman atas masalah-masalah yang kompleks. Penelitian kualitatif naturalistik dimaksudkan untuk memahami suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi secara alamiah, apa adanya, dalam situasi normal tanpa memanipulasi keadaan atau *setting penelitian*, jadi lebih menekankan pada deskripsi secara alami Gunawan (2017)

Terkait ruang lingkup penelitian ini merupakan penelitian studi kasus terhadap petani lokal suku Hatam-Moylei yang tinggal di Kawasan Pegunungan Arfak yang secara administrasi pemerintahan masih berada pada wilayah pemerintah Kabupaten Manokwari. Pemilihan metode studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini dengan pertimbangan masih terbatasnya informasi mengenai budidaya tanaman markisa sebagai salah satu tanaman dataran tinggi yang dibudidayakan oleh masyarakat lokal. Gunawan (2017) mengatakan metode studi kasus dapat digunakan untuk mempertajam informasi yang telah tersedia dengan pendeskripsian secara terperinci permasalahan yang diteliti. Pendekatan yang digunakan antara lain pendekatan wilayah yang menggunakan kawasan sebagai daerah penelitian, pendekatan *on-farm*/usaha tani untuk menjawab permasalahan terkait budidaya markisa yang dibudidayakan oleh masyarakat lokal dengan sistem konvensional, dan pengolahan hasil, serta sistem pengemasan produk berdasarkan potensi dan pengembangannya.

### **3.2.3 Variabel dan indikator pengukuran**

Penelitian ini memiliki dua (2) variabel utama, yaitu potensi tanaman markisa, dan pengembangan markisa. Potensi adalah kemampuan dan kekuatan yang dimiliki terkait dengan budidaya markisa pada petani lokal di Kampung Syou yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, atau dapat juga dipahami sebagai kemampuan dasar yang terpendam dan dapat dirasakan hasilnya setelah kemampuan tersebut dikembangkan. Sedangkan pengembangan adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan secara teknis maupun non-teknis terkait tanaman markisa yang telah dibudidayakan saat ini oleh petani lokal di Kampung Syou.

Variabel potensi markisa diukur berdasarkan identifikasi potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasarannya (obyek penelitian) melalui sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya finansial pada masyarakat lokal Arfak sebagai subyek penelitian. Sedangkan variabel pengembangan Markisa Arfak diukur berdasarkan strategi pengembangan melalui analisis SWOT yang memiliki komponen kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Variabel dan indikator pengukuran potensi dan pengembangan markisa di Kampung Syou Distrik Mokwam dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 3.1 Variabel dan indikator pengukuran

Variabel	Indikator	Definisi
Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi	Sumber daya alam	Segala sesuatu yang berasal dari alam yang digunakan untuk melakukan budidaya Markisa Arfak
	Sumber daya manusia	Suatu potensi yang dimiliki oleh setiap petani Arfak untuk mewujudkan kegiatan budidaya dan pemasaran produksi Markisa Arfak
	Sumber daya fisik	Sumber daya yang memiliki wujud fisik, yang dimiliki dan digunakan oleh setiap petani Arfak untuk menciptakan atau mewujudkan kegiatan budidaya dan pemasaran produksi Markisa Arfak
	Sumber daya finansial	Sesuatu yang dimiliki atau yang digunakan oleh petani Arfak berupa dana (uang) atau modal yang digunakan dalam kegiatan budidaya dan pemasaran produksi Markisa Arfak
Strategi Pengembangan Markisa Arfak	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan bersifat internal yang dimiliki oleh petani Arfak dalam kegiatan budidaya dan pemasaran produksi Markisa Arfak saat ini
	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	Keterbatasan sumber daya yang bersifat internal, dan dapat menghambat kinerja petani Arfak dalam kegiatan budidaya dan pemasaran produksi Markisa Arfak

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Definisi
	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Faktor positif yang muncul dari lingkungan eksternal, dan memberikan kesempatan bagi petani Arfak untuk memanfaatkannya sebagai peluang mengembangkan usaha Markisa Arfak
	Ancaman ( <i>Threats</i> )	Faktor negatif dari lingkungan eksternal yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya usaha Markisa Arfak

### 3.2.4 Data dan metode pengumpulan data

Data penelitian dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam pengukuran masing-masing indikator dijabarkan dalam Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3. 1 Data dan metode pengambilan data

Indikator	Jenis Data	Sumber Data	Metode pengumpulan data
Sumber daya alam	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Luas lahan/kebun</li> <li>▪ Status kepemilikan</li> <li>▪ Jenis markisa</li> <li>▪ Jumlah produksi markisa</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>
Sumber daya manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sejarah perkembangan markisa</li> <li>▪ Karakteristik petani (tk. pendidikan, pendidikan non-formal, umur, lama bertani markisa)</li> <li>▪ Kolektifitas kerja (pembagian kerja dalam keluarga)</li> <li>▪ Pengetahuan budidaya markisa (pembukaan lahan - pascapanen)</li> <li>▪ Pengetahuan pemasaran</li> <li>▪ Kerjasama eksternal</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>
Sumber daya fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)</li> <li>▪ Input pascapanen</li> <li>▪ Input pemasaran</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>

Lanjutan Tabel 3.2

Indikator	Jenis Data	Sumber Data	Metode pengumpulan data
Sumber daya finansial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jumlah dan sumber biaya digunakan untuk budidaya markisa</li> <li>▪ Jumlah dan sumber biaya pemasaran</li> <li>▪ Penerimaan</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>
Kekuatan ( <i>Strength</i> )	<p>Faktor-faktor terkait situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan internal yang dimiliki oleh petani Arfak berkaitan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak</li> <li>▪ Kegiatan pascapanen</li> <li>▪ Kegiatan pemasaran produksi</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>
Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	<p>Faktor-faktor keterbatasan sumber daya yang bersifat internal, berkaitan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak</li> <li>▪ Kegiatan pascapanen</li> <li>▪ Kegiatan pemasaran produksi</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>
Peluang ( <i>Opportunities</i> )	<p>Faktor positif dari lingkungan eksternal, dan memberikan kesempatan bagi petani Arfak yang berkaitan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak</li> <li>▪ Kegiatan pascapanen</li> <li>▪ Kegiatan pemasaran produksi</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>
Ancaman ( <i>Threats</i> )	<p>Faktor negatif dari lingkungan eksternal yang memberikan hambatan bagi petani Arfak yang berkaitan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak</li> <li>▪ Kegiatan pascapanen</li> <li>▪ Kegiatan pemasaran produksi</li> </ul>	Informan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara mendalam</li> <li>▪ FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)</li> </ul>

### 3.2.5 Informan penelitian

Dalam penelitian kualitatif biasanya sampel disebut sebagai informan yang pengambilannya tidak terlepas dari populasi. Supardi (2005) menyebut populasi adalah semua anggota dari suatu ekosistem atau kelompok. Sedangkan Sugiyono (2017) menyebut populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti/dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kemudian Bugin (2010) menambahkan populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Berpegang pada pengertian para ahli tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah petani Arfak yang membudidayakan tanaman markisa di Kampung Syou Distrik Mokwam.

Informan adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara (Afrizal, 2017). Ada dua kategori informan, yaitu informan pelaku dan informan pengamat. Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti.

Penentuan jumlah sampel informan menggunakan rumus Formula Slovin (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N (d)^2} \\&= \frac{50}{1 + 50 \cdot (0.05)^2} \\&= \frac{50}{1,125} \\&= 44\end{aligned}$$

Mengingat keterbatasan subyek penelitian dalam proses pengambilan data karena tingginya aktivitas petani di luar kampung (mobilisasi dan kosmopolitan informan), maka peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik pengambilan sampel kebetulan (*accidental sampling*), yaitu mengambil sampel yang kebetulan

ditemuinya pada saat itu. Malhotra (2006) mengatakan dalam penarikan jumlah sampel/informan, apabila populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya dan terdapat kendala menemui target sampel, maka teknik pengambilan sampel kebetulan (*accidental sampling*) dapat digunakan oleh peneliti. Moleong (2005) menyebut *accidental sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sedangkan (Sugiyono, 2017) menyebut *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan populasi. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka informan pelaku dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik sampel kebetulan (*accidental sampling*) sebanyak 44 orang.

Tabel 3.3 Jumlah dan teknik pemilihan informan

Informan	Teknik pemilihan informan	Sumber informan	Jumlah informan (orang)
Informan pelaku	<i>Accidental sampling</i>	Petani lokal	44
Informan pengamat	<i>Purposive</i>	Kepala Kampung	1
		PPL	1
		Kepala Distrik Mokwam	1
		Ketua kelompok kerja	1
		Toko agama	1
<b>Total</b>			<b>49</b>

*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2017). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Pada penelitian ini kriteria yang digunakan adalah kedudukan dari informan pengamat yaitu sebagai kepala kampung, PPL, Kepala Distrik Mokwam, ketua kelompok kerja, dan toko agama.

### 3.2.6 Keabsahan data

Validitas dalam penelitian kualitatif didasarkan pada kepastian apakah hasil penelitian sudah akurat dari sudut pandang peneliti, partisipasi, atau pembaca (Creswell, 2016). Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- 1) Triangulasi. Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang diperoleh dengan sumber atau kriteria yang lain diluar data itu, untuk meningkatkan keabsahan data (Moleong, 2014). Triangulasi yang dilakukan adalah:
  - Triangulasi sumber, yaitu dengan cara membandingkan apa yang dikatakan oleh informan yang satu dengan informan yang lain, atau sumber informasi lainnya.
  - Triangulasi metode, yaitu dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan data lain yang diambil menggunakan metode yang lain (wawancara mendalam dan FGD).
  - Triangulasi informasi, yaitu dengan cara menelusuri referensi ilmiah yang relevan melalui studi pustaka (dokumen laporan, buku ilmiah, jurnal ilmiah).
- 2) Menggunakan bahan referensi. Bahan referensi sebagai alat pendukung untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti. Seperti data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat perekam untuk merekam hasil wawancara dengan informan. Sedangkan dalam uji validitas eksternal, peneliti dalam membuat laporan harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Dengan demikian pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian tersebut.
- 3) Menerapkan *member checking*. *Member checking* dilakukan dengan membawa kembali deskripsi hasil wawancara kepada informan untuk mengecek apakah informan merasa bahwa laporan atau deskripsi atau tema tersebut sudah akurat dengan apa yang disampaikannya pada saat wawancara.
- 4) Konfirmabilitas (*confirmability*). Konfirmasi hasil temuan penelitiannya adalah dengan merefleksikan hasil-hasil temuannya pada jurnal ilmiah, *peer review*, konsultasi dengan peneliti ahli, diskusi dengan rekan sejawat, atau melakukan konfirmasi data/informasi dengan cara mempresentasikan hasil penelitiannya pada suatu konferensi (seminar) untuk memperoleh berbagai masukan untuk kesempurnaan hasil temuannya.

Uji Reliabilitas dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh auditor yang independen yaitu dosen pembimbing untuk

mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan dan sampai kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti. Jika peneliti tidak mempunyai dan tidak menunjukkan jejak aktivitas lapangannya maka reliabilitas penelitiannya masih diragukan (Sugiyono, 2017).

### **3.2.7 Analisis Data**

Beberapa model analisis data yang lazim dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu: model Bogdan dan Biklen, model Miles dan Huberman, model Strauss dan Corbin (*grounded theory*), model Spradley (etnografi), model analisis isi dari Philipp Mayring (Emzir, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kualitatif yang disampaikan Miles dan Huberman yang membagi analisis data penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap, yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*).

Model analisis Miles dan Huberman secara operasional dimulai dari reduksi data yang dilakukan pada tiap indikator untuk memberikan gambaran temuan dari tiap indikator. Reduksi data dilakukan pada indikator sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya fisik, sumberdaya finansial. Selanjutnya data yang telah direduksi disajikan (penyajian data) dalam bentuk tabel untuk memberikan interpretasi variabel potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi. Analisis ini dilakukan untuk menjawab tujuan pertama (1) dari penelitian ini.

Analisis data melalui analisis SWOT dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) identifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal; 2) penilaian bobot, rating dan skor; 3) keterkaitan antara penilaian lingkungan Internal dan Eksternal; 4) penentuan alternatif strategi; dan 5) penentuan prioritas strategi. Untuk memudahkan perhitungan penilaian bobot, rating dan skor digunakan tools Microsoft Excel 2016. Analisis ini dilakukan untuk menjawab tujuan kedua (2) dari penelitian ini.

Hasil analisis Model analisis Miles dan Huberman dan analisis SWOT dikompilasi untuk memberikan interpretasi yang lengkap terhadap: potensi dan pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

#### 4.1.1 Kedaan Umum Wilayah

Keadaan umum wilayah kajian mencakup letak dan luas wilayah, keadaan topografi, kondisi iklim dan suhu, keadaan penduduk, matapencaharian penduduk, sarana dan prasarana yang diuraikan sebagai berikut.

#### Letak dan luas wilayah

Letak lokasi penelitian masuk dalam wilayah administrasi distrik mokwam. Adapun batas-batas wilayah kampung syou sebagai berikut:

Sebelah Barat dengan	:	Kampung Minggre
Sebelah Timur dengan	:	Kampung Mokwam
Sebelah Utara dengan	:	Kampung Kwau
Sebelah Selatan dengan	:	Kampung Minoubey

Luas wilayah kampung syou  $\pm$  125 km<sup>2</sup>. Kampung syou adalah ibukota distrik mokwam jarak dari ibukota kabupaten 50 km.

#### Jumlah Penduduk

Tabel 4 jumlah penduduk kampung syou

No	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk
1	Laki-laki	50
2	Perempuan	70
<b>Total</b>		<b>120</b>

*(Sumber, data primer Data Kampung Syou. 2024)*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah perempuan di Kampung Syou lebih banyak dibandingkan jumlah laki-laki dengan jumlah perempuan yaitu 70 jiwa perempuan dari 120 jiwa keseluruhan penduduk di kampung Syou dengan presentase 59% jumlah penduduk perempuan sedangkan sisanya 41% jumlah laki-laki yang artinya jumlah laki-laki kurang banyak dari jumlah perempuan.

## Matapencaharian penduduk

Tabel 5 Jumlah penduduk berdasarkan Matapencaharian di kampung syou

No	Mata Pencaharian	Jumlah Penduduk
1	PNS	6
2	TNI/POLRI	1
3	Honorer	7
4	Petani	80
5	Tidak bekerja	26
<b>Total</b>		<b>120</b>

(Sumber, data primer Data Kampung Syou. 2024)

Pada table 5 di atas menunjukkan bahwa mata pencaharian penduduk di Kampung Syou yang paling kecil yaitu TNI/POLRI dengan jumlah hanya 1 orang sebagai pengabdian Negara TNI/POLRI, sedangkan mata pencaharian penduduk lebih banyak di bidang pertanian berprofesi sebagai Petani. Ini artinya sebagian besar penduduk di Kampung Syou mata pencaharian untuk kelangsungan hidup adalah bertani (petani).

## Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana Sosial dan Kesejahteraan Distrik Mokwam dalam angka 2024.

Tabel 6. Sarana dan prasarana Kampung Syou

Sarana Prasarana	jumlah
Kantor Distrik	1
Balai Kampung	1
Posyandu	1
SD	1
SMP	1
Paud	1
Gereja	2
Pustu	1
Jaringan/Tower	1
Bak Air Bersih	2
Lapangan voli	1
Rumah pertanian	1
Home stay	3
Tugu sejarah pekabaran injil	1
Aksesibilitas Jalan	1
Kendaraan/ Transportasi Umum	4
Kendaraan BUMDES Kampung Syou	1

(Sumber, data primer Data Kampung Syou. 2024)

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa sarana-prasarana di Kampung Syou yang memiliki banyak unite yaitu sarana-prasarana Transportasi dengan jumlah transportasi Umum 4 unite ditambah Transportasi BUMDES Kampung menjadi 5 Unite alat transportasi (HILUX). Ini artinya sarana prasarana dan infrastruktur di

Kampung Syou sangat mendukung dalam mengembangkan tanaman hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan termasuk pengembangan markisa arfak.

#### 4.1.2 Karakteristik Informan

Karakteristik informan dalam kajian ini mencakup umur, tingkat pendidikan formal, pendidikan non-formal, lama berusaha tani yang diuraikan sebagai berikut.

**Umur.** Umur informan dikategorikan menjadi 3 (tiga) yaitu: tidak produktif ( $\leq 14$  tahun), produktif (15 - 59 tahun), kurang produktif ( $\geq 60$  tahun). Petani informan dominan berada pada kategori Produktif 40 orang dengan presentas 90% (jumlah informan 49 informan yang terdiri dari 44 informan pelaku dan 5 informan pengamat).

Tabel 7. Umur informan

No.	Kategori umur	Informan pelaku (orang)		Informan pengamat (orang)	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
1.	Tidak produksi ( $\leq 14$ tahun)	1	3%	-	-
2.	Produktif (15 - 59 tahun)	40	90%	5	100%
3.	Kurang produktif ( $\geq 60$ )	3	7%	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

(Sumber, data primer Data Kampung Syou. 2024)

Pada table 7 menunjukkan bahwa umur informan pelaku paling banyak pada kategori produktif (15 - 59 tahun) yaitu 40 orang, dan paling sedikit pada kategori tidak produktif ( $\leq 14$  tahun) yaitu 1 orang.

Ini menunjukkan bahwa besar potensi untuk menggantikan orang tua mereka untuk melanjutkan sector pertanian.

#### Tingkat pendidikan formal

Tingkat pendidikan formal informan dikategorikan menjadi 5 (lima) yaitu: tidak sekolah - SD, SLTP, SLTA, D3, S1 dan lebih tinggi. Petani informan dominan berada pada kategori tingkat pendidikan tidak sekolah-SD sejumlah 15 orang, sedangkan informan pengamat dengan tingkat pendidikan SLTA sebanyak 3 orang, tingkat pendidikan D3 , 1 orang dan S1 1 orang.

Tabel 8 Tingkat pendidikan formal informan

No.	Kategori tingkat pendidikan	Informan pelaku (orang)		Informan pengamat (orang)	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak sekolah - SD	15	34%	-	-
2.	SLTP	5	11%	-	-
3.	SLTA	12	27%	3	60%
4.	D3	1	3%	1	20%
5.	S1 dan lebih tinggi	11	25%	1	20%
<b>Jumlah</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Sumber, Data Primer. 2024

Pada tabel 8 menunjukkan bahwa kategori tingkat pendidikan petani informan pelaku lebih sedikit pada kategori D3 dengan jumlah 1 orang, sedangkan informan pelaku lebih pada kategori tingkat pendidikan tidak sekolah-SD dan SLTA dengan presentase tidak sekolah-SD 34% dan SLTA 12%.

### **Pendidikan non-formal**

Pendidikan non-formal informan merupakan pendidikan dan pelatihan yang pernah diikuti oleh petani informan. Pendidikan non-formal informan dikategorikan berdasarkan jumlah pelatihan, atau kursus yang pernah diikuti petani, yang dikategorikan menjadi 5 (lima) yaitu: sangat kurang (1 kali), kurang (2 kali), baik (3 kali), cukup baik (4 kali), dan sangat baik (5 kali). Petani informan dominan berada pada kategori tingkat pendidikan non-formal sangat kurang (1 kali) (dengan presentase 100% dengan jumlah 8 petani ikut pelatihan pengolahan buah markisa 1 kali).

Tabel 9 Tingkat pendidikan non-formal informan

No.	Kategori pendidikan non-formal	Informan pelaku (orang)		Informan pengamat (orang)	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat kurang (1 kali)	8	18%	-	-
2.	Kurang (2 kali)	-	-	-	-
3.	Baik (3 kali)	-	-	-	-
4.	Cukup baik (4 kali)	-	-	-	-
5.	Sangat baik (5 kali)	-	-	1	20%
<b>Jumlah</b>		<b>8</b>	<b>18%</b>	<b>1</b>	<b>20%</b>

*Sumber, Data Primer. 2024*

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa sebagian besar petani informan belum/ tidak pernah mengikuti pelatihan tentang markisa sama sekali, hanya 8 orang dari 44 orang informan yang pernah mengikuti pelatihan pengolahan buah markisa itupun dalam kategori sangat kurang (1 kali) sedangkan hanya 1 orang dari 5 orang informan pengamat yang mengikuti pelatihan pengolahan markisa dalam kategori sangat baik yaitu (>4 kali). Dalam hal ini sumber pelatihan atau penyelenggara pelatihan tersebut dari Yayasan WWF dan BBRC dalam rangka Pembentukan Yayasan Paradisea di Wilayah Mokwam 9 orang tersebut yang di maksud dalam tabel tingkat pendidikan non-formal di atas adalah sebagian dari peserta pelatihan yang di selenggarakan oleh ketua yayan bapak Danken pada tahun 2010.

*“Dulu kami pernah ikut pelatihan yang diselenggarakan oleh bapak danken selaku ketua WWF pada waktu itu beserta timnya materi yang diajarkan tentang pengolahan markisa menjadi sirup markisa tapi hanya 1 kali pada tahun 2010. (Zhet Wonggor Syou, 2024)”*

## Lama Berusahatani

Lama berusaha tani markisa dikategorikan menjadi 3 (tiga) yaitu: tidak lama ( $\leq 3$  tahun), cukup lama (4 - 6 tahun), lama (7 - 10 tahun), sangat lama ( $\geq 10$  tahun) Petani informan dominan berada pada kategori sangat lama yaitu ( $\geq 10$  tahun) petani informan dengan jumlah 31 orang dengan persentase 70%.

Tabel 10 Lama Berusahatani informan

No.	Kategori lama usahatani	Informan pelaku (orang)		Informan pengamat (orang)	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak lama ( $\leq 3$ tahun)	4	9%	-	-
2.	Cukup lama (4 - 6 tahun)	3	7%	-	-
3.	Lama (7 - 10 tahun)	6	14%	1	20%
4.	Sangat lama ( $\geq 10$ tahun)	31	70%	4	80%
<b>Jumlah</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Sumber, Data Primer. 2024

Pada tabel 10 menunjukkan bahwa petani informan sudah bertani markisa sangat lamah yaitu  $\geq 10$  tahun dan yang tidak lamah bertani atau baru bertani hanya 4 petani informan yaitu hanya 4 orang ini berarti petani yang mau melanjutkan sector pertanian pengembangan markisa sangat kurang.

### 4.1.3 Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi

Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi yang dimiliki petani dalam budidaya markisa di Kampung Syou Distrik Mokwam berdasarkan indikator sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya finansial diuraikan sebagai berikut.

#### Sumber daya alam

Sumber daya alam yang dimanfaatkan oleh petani dalam budidaya markisa mencakup luas lahan/kebun, status kepemilikan lahan, jenis markisa dan jumlah produksi. Luas lahan/ kebun petani arfak di kampung syou rata-rata 0,5 ha-1 ha namun markisa yang ditanam di kebun hanya 1 hingga 2 pohon saja, status kepemilikan lahan milik sendiri, jenis markisa yang dikembangkan 2 jenis yaitu Bambrey nitu yang artinya markisa local (markisa ungu), dan Bambrey Wamena yang artinya markisa dari wamena (markisa kuning), jumlah produksi permusim panen 1 hingga 4 keranjang markisa permusim panen.

Tabel 11 Sumber daya alam yang dimiliki petani dalam budidaya markisa

No.	Kategori sumber daya alam	Deskripsi temuan
1.	Luas lahan/kebun	▪ luas lahan (kebun) rata-rata dari 0,5 ha-1 ha
2.	Status kepemilikan	▪ status kepemilikan lahan milik sendiri (tanah warisan orang tua)
3.	Jenis Markisa	▪ markisa ungu (markisa local/ bambrey nitu) ▪ markisa kuning (bambrey wamena)
4.	Jumlah Produksi	▪ 1-3 pohon dengan jumlah produksi 1-4 keranjang per produksi

*Sumber, Data Primer. 2024*

Pada tabel 11 menunjukkan bahwa petani Arfak sangat memiliki lahan yang begitu luas namun produksi markisa belum maksimal, karena petani arfak di Kampung Syou tidak menanam markisa untuk 1 kebun markisa hanya dijadikan tanaman cadangan untuk setelah panen hasil lainnya seperti sayuran dan umbi-umbian baru tanaman markisa bisa dibiarkan tumbuh itupun hanya 1-2 pohon karena dianggap akan menjadi sarang hama bagi tanaman sayur-sayuran petani.

*“Kami tidak tanam markisa untuk 1 kebun markisa kami hanya jadikan tanaman cadangan tanaman utama yaitu sayur-sayuran dan umbi-umbian. (Onesiporus Wonggor, Syou 18 April 2024)”*

Petani arfak memiliki potensi yaitu luas kebun yang dimiliki cukup luas dengan status kepemilikan adalah milik sendiri namun belum dimaksimalkan untuk mengembangkan markisa secara maksimal untuk mencapai produktivitas yang diharapkan. Potensi markisa arfak dapat dilihat dari jumlah produksi yang dihasilkan pada setiap musim panen yaitu markisa dapat di panen 2-4 kali panen per-tahun ini artinya markisa dapat dipanen setiap 4 bulan, dengan produksi per-pohon 1 keranjang dan pemasaran satu keranjang terdapat 300 buah yang dijual dengan harga per tumpuk 5000 per 6 buah. Ini artinya 1 kali panen markisa dalam 1 pohon keuntungan yang diterima sekitar 250 per pohon per minggu.

*“Waktu kami buka kebun kami harus cabut babat dan bakar semua pohon termasuk markisa karena ketika kami mau tanam sayuran harus di lahan terbuka akhirnya markisa kami harus babat juga. (Yosias Wonggor, 18 April syou 2024)”*

Status kepemilikan lahan yang dimiliki adalah lahan milik sendiri dan jenis markisa yang dikembangkan sampai saat ini adalah markisa kuning (bambrey wamena) sedangkan markisa ungu (bambrey nitu) sampai saat ini sudah tidak dikembangkan dan sudah mulai punah karena kus-kus dan burung-burung lebih suka markisa kuning sehingga markisa local, markisa ungu sudah mulai hilang satu-satu karena tidak dikembangkan.

*“Markisa local markisa ungu sudah mulai punah dan sekarang hanya ada di kampung lamah di minyambou. Karena kami sudah tidak tanam dan kembangkannya lagi. (Berina Wonggor, 22 April 2024)”*

### Sumber daya manusia

Sumber daya alam memainkan peran kunci dalam budidaya markisa, seperti sejarah pengembangan markisa dan pengetahuan, kolektifitas kerja, pendidikan dan pelatihan, dan lainnya. sumber daya manusia di kampung syou distrik mokwam cukup mendukung karena dari sejarah pengembangan markisa kuning yang sedang dikembangkan adalah tanaman adopsi dari orang asli distrik mokwam, dan petani lokal arfak yang berusaha tani di kampung mokwam memiliki pengalaman berusaha tani yang sangat lamah, dan sebagian besar informan petani berada di kategori umur produktif, dan punya pengalaman pelatihan pengolahan hasil markisa.

Tabel 12 Sumber daya manusia petani lokal dalam budidaya markisa

No.	Kategori sumber daya manusia	Deskripsi temuan
1.	Sejarah pengembangan markisa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Markisa ungu yang dianggap markisa local dengan sebutan dalam Bahasa Indonesia buah negeri dan dalam bahasa hatam bambrey nitu yang artinya markisa lokal dari luar negeri pada tahun 1962 oleh misionaris.</li> <li>▪ Markisa kuning disebut dengan sebutan bambrey wamena yang artintinya markisa yang dibawah dari wamena sesuai sebutan ada sejarah pengembangan markisa ini di wilayah arfak terutama di wilayah mokwam dibawah oleh mahasiswa dari mokwam bernama Musa ullo pada tahun 2001.</li> </ul>
2.	Karakteristik petani (tk. pendidikan, pendidikan non-formal, umur, lama bertani markisa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat pendidikan informan mulai dari tidak sekolah sampai paling tinggi S1.</li> <li>▪ Baru 9 orang informan yang punya pengalaman pelatihan pengolahan lanjut</li> <li>▪ Umur informan mulai dari 14 sampai 75 tahun</li> <li>▪ Lamah bertani informan petani mulai dari 2 tahun sampai 50 tahun</li> </ul>
3.	Kolektifitas kerja (pembagian kerja dalam keluarga)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pembagian dalam keluarga waktu babat kebun ibu dan teman-teman mama-mama dan saudaranya, waktu tebang bapak dan anak anak laki-lakinya sedangkan tanam sampai panen kerjasama mama dan bapak nanti waktu jual baru ibu dan anak perempuan yang jual.</li> </ul>
4.	Pengetahuan budidaya markisa (pembukaan lahan - pascapanen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Markisa ungu tidak ditanam dia tumbuh sendiri</li> <li>▪ Sedangkan markisa kuning bisa ditanam dari biji dan juga stek batang</li> <li>▪ Waktu pembukaan lahan, lahan ditebang semua dan hanya dibiarkan 1 pohon di batas kebun untuk ditanami markisa sedangkan yang dibersihkan semua pohon untuk tanam sayuran dan umbi-umbian, dan tanaman lainnya</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cara panen markisa lokal dan markisa kuning juga berbedah kalau markisa kuning dipetik sedangkan markisa ungu dibiarkan jatuh sendiri kalau dipetik harus dikubur lagi selama <math>\pm</math> 1 minggu untuk mengalami prosese kematangan.</li> <li>▪ Setelah dipanen sesmpainya di rumah melakukan sortasi terhadap buah yang baik dan rusak</li> </ul>
5. Pengetahuan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selain jual di pasar wosi dulu kami punya kerjasama dengan yayasan BBRC dan kami bisa jual ke yayasan</li> </ul>
6. Kerjasama external	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Petani pernah menjalin kerjasama dengan yayasan BBRC, yayasan kupu-kupu dan tanaman hias dan WWF, (Paradisea).</li> </ul>
7. Pelatihan/kursus	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 8 orang informan pelaku dari 44 informan pelaku.</li> <li>▪ 1 orang informan pengamat dari 5 orang pengamat.</li> </ul>
8. Umur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umur informan dengan kategori tidak produksi (<math>\leq</math>14 tahun) 1 orang</li> <li>▪ umur informan petani Produktif (15 - 59 tahun) 45 orang</li> <li>▪ Umur informan petani Kurang produktif (<math>\geq</math> 60) 3 orang</li> </ul>
9. Tingkat pendidikan formal	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak sekolah - SD 15 orang</li> <li>▪ SLTP 5 orang</li> <li>▪ SLTA 15 orang</li> <li>▪ D3 2 orang</li> <li>▪ S1 dan lebih tinggi 12 orang</li> </ul>
10. Lama bertani	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak lama (<math>\leq</math>3 tahun) 4 orang</li> <li>▪ Cukup lama (4 - 6 tahun) 3 orang</li> <li>▪ Lama (7 - 10 tahun) 7 orang</li> <li>▪ Sangat lama (<math>\geq</math> 10 tahun) 35 orang</li> </ul>

Pada tabel 12 mengatakan bahwa petani arfak pernah menjalin kerjasama eksternal dengan pihak lain dan itu akan mempermudah pemasaran bagi petani namun pada akhirnya mereka sudah tidak mempunyai kerjasama dengan pihak luar karena pimpinan yang telah di ganti dan petani menganggap bahwa setelah pimpinan kerjasamanya di ganti maka tidak akan ada lagi kerjasama eksternal dengan perusahaan/ lembaga tersebut lagi. Ini terjadi karena kurang adanya pendampingan dan pembinaan terhadap petani

*“Kami pernah bekerja sama dengan Lembaga BBRC dan WWF pada waktu dipimpin oleh bapak Dankhen dan setelah ketua lembaga di ganti kami sudah tidak lagi punya orang seperti Pa Dankhen untuk berkerjasama untuk beli hasil kebun kami seperti markisa dan buah-buahan lainnya, kami merasa kehilangan sosok Pa Dankhen bahkan kami tidak tauh bagaimana cara kami menjalin kerja sama eksternal dengan pihak lain lagi. (Wihelmus Wonggor, Syou 03 April 2024)”*

### **Sumberdaya fisik**

Sumber daya fisik dalam budidaya markisa meliputi input produksi (alat, bahan, cara, tenaga kerja), input pascapanen, input pemasaran yang digunakan untuk memfasilitasi proses budidaya, pemeliharaan, dan mengetahui produksi

pemasaran Markisa arfak. Input produksi yang digunakan yaitu alat dan bahan yang digunakan petani arfak di kampung syou masih menggunakan alat standar sederhana yaitu: parang, sabit, keranjang, ember, karton, dan karung, dan bahan digunakan yaitu bahan dasar buah markisa, alat dan bahan input produksi ini digunakan untuk mempersiapkan lahan sampai panen dan pemasaran.

Tabel 13 Sumber daya fisik yang digunakan dalam budidaya markisa

No.	Kategori sumber daya fisik	Deskripsi temuan
1.	Input produksi (Penyaiapn lahan - panen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alat parang, sabit, dan keranjang, ember, karton, dan karung.</li> <li>▪ Bahan buah markisa</li> <li>▪ Cara penggunaan input produksi digunakan sesuai kebutuhan seperti, parang, dan, sabit digunakan untuk persiapan lahan. Sedangkan keranjang, karung, karton, dan ember digunakan pada saat panen sampai pasaran produksi</li> </ul>
2.	Input pascapanen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tenaga kerja yang terlibat adalah keluarga</li> <li>▪ Alat karung, karton, ember, dan keranjang</li> <li>▪ Bahan buah markisa yang baik dan sehat</li> <li>▪ Cara penggunaan input produksi keranjang, ember, dan karton untuk pascapanen (packing) sedangkan karung adalah alat bantu, untuk isi hasil dari kebun ke rumah untuk di lakukan pascapaen.</li> </ul>
3.	Input pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tenaga kerja yang terlibat keluarga</li> <li>▪ Alat plastik, dan karet</li> <li>▪ Bahan buah markisa yang siap dikonsumsi</li> <li>▪ Cara penggunaan input produksi karet untuk pake ikat tangkai markisa agar pertumpuknya tidak berantakan dan rapi. Sedangkan plastic untuk pake isi ketika markisa dibeli oleh konsumen.</li> <li>▪ Tenaga kerja yang terlibat ibu-ibu (mama).</li> </ul>

Tabel 13 menunjukkan bahwa dari sumber daya fisik input produksi, input pascapanen sampai input pemasaran serta, cara gunakan input tersebut juga petani sudah tauh namun petani sampai saat ini sudah tidak lagi mengembangkan markisa, dikarenakan kerusakan produksi saat angkut ke kota manokwari dengan mobil hilux dengan kondisi jalan yang ekstrim sehingga mengakibatkan kerusakan produk.

*“Dari input produksi sampai dengan input pemasaran yang sederhana telah kami adopsi dengan baik dan menggunakan sesuai dengan kebutuhan contohnya parang dan sabit untuk buka kebun ember, keranjang dan bahan simpan lain untuk membantu kami waktu kami panen dari kebun sampai di pemasaran. (Onesiporus Wonggor. Syou, 2024)*

### Sumberdaya finansial

Beberapa komponen sumber daya finansial yang penting dalam budidaya markisa adalah terkait manajemen keuangan (finansial) yang mencakup: modal

awal, biaya operasional, biaya pemeliharaan, biaya pemanenan dan pascapanen, biaya pemasaran, manajemen keuangan, jumlah panen, harga jual, penerimaan.

Tabel 14 Sumber daya finansial yang digunakan dalam budidaya markisa

No.	Kategori sumber daya fisik (1 musim tanam)	Deskripsi temuan
1.	Jumlah dan sumber biaya digunakan untuk budidaya markisa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sumber modal usaha yaitu dari hasil jualan pertama dan pendapatan tak terduga</li> <li>▪ Jumlah modal usaha rata-rata Sekitar 500.000</li> <li>▪ Cara mendapatkan modal usaha jual hasil pertama beli kebutuhan dan sisanya beli alat, bahan makan untuk modal berkebun kembali</li> </ul>
3.	Biaya pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Biaya yang digunakan pada tahap pemasaran Rp: 210.000.00</li> <li>▪ biaya transportasi angkutan umum dari mokwam sampai kota manokwari 1 orang 100.000 pulangh peri 200.000 biaya gerobak yang angkat dari terminal ke tempat jualan 5000. biayah kantong plastik 1 bungkus 5000.jadi total biayah pemasaran Rp: 110.000</li> <li>▪ Harga jual Rp: 5000.00/ tumpuk (1keranjang Rp:150-300.000.00/keranjang)</li> </ul>
4.	Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jumlah penerimaan Rp: 500.000-1.000.00</li> </ul>

Pada tabel 14 mengatakan bahwa modal awal yang disiapkan petani untuk mempersiapkan kebun sumbernya dari jualan sebelumnya dan pendapatan pokok bagi yang sudah bekerja seperti honor, PNS, TNI dan POLRI dan pendapatan tak terduga seperti ongkos kerja rumah, ongkos kerja buat turis dan pendapatan tak terduga lainnya seperti bantuan dana kampung dan dikasih sama keluarga.

*“Modal yang kami gunakan unuk menjadi modal usaha atau modal berkebun tidak menetap dimana kami dapat uang lebih dari 300.000 bahkan lebih dari 500.000 kami langsung turun beli bibit yang mau dibeli dan beras, minyak goreng, garam, gula, dan kopi, untuk masak buat keluarga dan tetangga yang nanti bantu untuk pembukaan lahan” (Nataniel Ullo. Syou, 2024).*

### Penyajian data

Penyajian data variabel Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi yang dimanfaatkan dan digunakan oleh petani dalam budidaya markisa Kampung Syou Distrik Mokwam berdasarkan indikator sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya finansial merupakan kategori atau kelompok data yang diorganisasikan kembali untuk menganalisis variabel sumber daya lokal yang dijabarkan pada display data berikut.

Tabel 15 Penyajian data variabel Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi

No.	Indikator	Kondisi temuan	Analisa kondisi
1.	Sumber daya alam	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Luas lahan 0,5-1 ha</li> <li>▪ Status kepemilikan lahan milik sendiri</li> <li>▪ Jenis markisa markisa ungu dan markisa kuning</li> <li>▪ Jumlah produksi per pohon 1-2 keranjang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Luas kebun 0,5-1ha ini dengan system tumpang sari meliputi umbi-umbian dan sayur-sayuran</li> <li>▪ Lahan/kebun yang ditanami kebun milik sendiri dibuka dengan system lahan berpindah (kebun berpindah)</li> <li>▪ Dari dua jenis markisa yang dikembangkan sampai saat ini yang masih dikembangkan dan dibudidayakan hanya 1 jenis yaitu markisa kuning</li> <li>▪ Jumlah produksi per pohon 1 hingga 2 keranjang namun setelah melakukan penyortiran hanya dapat 1 keranjang.</li> </ul>
2.	Sumber daya manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Markisa ungu mulai dikembangkan pada tahun 1962</li> <li>▪ Markisa kuning mulai dikembangkan pada tahun 2001.</li> <li>▪ Tingkat pendidikan informan tidak sekolah, SD,SLTP,SLTA,D3, dan S1</li> <li>▪ Pendidikan non-formal 9 orang petani informan</li> <li>▪ Umur informan 14 - 75 tahun</li> <li>▪ Lamah bertani informan petani 2-50 tahun</li> <li>▪ Pembagian kerja dalam keluarga tidak merata</li> <li>▪ Markisa lokal hanya di tanam bibit, dan tumbuh sendiri</li> <li>▪ Markisa kuning bisa ditanam dari biji dan juga stek batang</li> <li>▪ Pembukaan lahan dengan system rotasi tanaman/kebun berpindah dengan system tanam tumpang sari</li> <li>▪ Panen markisa lihat yang sudah matang baru dipanen dengan cara petik[tebang pohon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Markisa ungu mulai dikembangkan pada tahun 1962 dibawah oleh misionaris dan sudah dianggap sebagai markisa lokal namun sampai saat ini markisa lokal dibiarkan tumbuh liar di hutan tanpa dilakukan penanganan budidaya</li> <li>▪ Sedangkan markisa kuning di kembangkan pada tahun 2001 oleh mahasiswa bernama Musa Ullo yang keluar kuliah di wamena dan pulang bawah buah dari wamena dan dikembangkan sampai saat ini namun sampai saat ini petani kurang menjual markisa karena alasan tingkat kerusakan yang tinggi.</li> <li>▪ Tingkat pendidikan petani berfariatif dari tingkat paling rendah yaitu SD sampai paling tinggi S1</li> <li>▪ Dari 9 orang petani yang pernah mengikuti pendidikan non-formal/ pelatihan tentang markisa hanya 1 orang informan pengamat yang mengikuti pelatihan lebih dari 4 kali sedangkan 8 orang lainnya baru 1 kali ikut pelatihan pengolahan hasil markisa</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pascapanen yang dilakukan pilih buah yang baik dan tidak rusak dan masukan kedalam keranjang</li> <li>▪ Jual pertumpuk 5000 di pasar wosi dengan jumlah pertumpuk 3-6 buah</li> <li>▪ Pernah bekerjasama dengan yayasan BBRC, yayasan kupu-kupu, dan tanaman hias dan WWF</li> <li>▪ 9 orang petani informan yang sudah mengikuti pendidikan non-formal</li> <li>▪ Umur informan dengan kategori tidak produksi (<math>\leq 14</math> tahun) 1 orang</li> <li>▪ Umur informan petani Produktif (15 - 59 tahun) 45 orang</li> <li>▪ Umur informan petani Kurang produktif (<math>\geq 60</math>) 3 orang</li> <li>▪ Tidak sekolah - SD 15 orang</li> <li>▪ SLTP 5 orang</li> <li>▪ SLTA 15 orang</li> <li>▪ D3 2 orang</li> <li>▪ S1 dan lebih tinggi 12 orang</li> <li>▪ Tidak lama (<math>\leq 3</math> tahun) 4 orang</li> <li>▪ Cukup lama (4 - 6 tahun) 3 orang</li> <li>▪ Lama (7 - 10 tahun) 7 orang</li> <li>▪ Sangat lama (<math>\geq 10</math> tahun) 35 orang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umur informan petani berfariatif mulai dari kurang produktif, produkif sampai tidak produktif.</li> <li>▪ lamah berusaha tani berfariatif mulai dari tidak lamah sampai sangat lamah</li> <li>▪ pembagian kerjanya tidak merata yang memiliki porsi kerja paling besar adalah ibu (istri) sedangkan anak dan suami hanya bantu ibu kerja saat pembukaan lahan sampai panen dan ibu lagi yang melanjutkan ke pemasaran</li> <li>▪ kondisi tanah masih subur atau masih alami sehingga petani tidak memerlukan penggunaan pupuk dan petani juga tidak melakukan persemaian karena markisa bisa dapat tumbuh sendiri</li> <li>▪ petani membuka lahan dengan system roatsi tanamanan atau kebun berpindah dengan system tumpang sari</li> <li>▪ tekni pemanenan sudah dilakukan secara baik</li> <li>▪ petani belum paham agribisnis</li> <li>▪ petani sudah punya pengalaman pelatihan dan punya pengalaman kerjasama dengan eksternal</li> <li>▪ petani sudah bisa menjalin kerjasama eksternal namun kurang adanya pendampingan</li> </ul>
3.	Sumber daya fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ alat yang digunakan parang, sabit, karong, keranjang, ember, dan karton</li> <li>▪ bahan Buah markisa</li> <li>▪ input produksi yang digunakan hanya alat kebun dan itu digunakannya untuk persiapan kebun</li> <li>▪ tidak pakai tenaga kerja semua kerjasama keluarga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dalam budidaya markisa petani masih menggunakan teknik dan alat sederhana (standar)</li> <li>▪ Petani belum menggunakan teknik pemupukan pada tanaman jadi bahan yang disediakan hanya buah biji markisa dan bibit markisa.</li> <li>▪ Input produksi yang digunakan peralatan kebun sederhana (standar)</li> <li>▪ tidak menggunakan tenaga kerja akhirnya kelebihan pekerjaan pada 1 orang</li> </ul>

4.	Sumber daya finansial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ jumlah modal usaha 500.000</li> <li>▪ sumber usaha dari hasil jualan pertama</li> <li>▪ jumlah pemasaran 210.000</li> <li>▪ harga pertumpuk 5000 harga perkeranjang 150-300</li> <li>▪ Jumlah penerimaan Rp: 150-300</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ petani belum paham cara menghitung keuntungan dari hasil jual</li> </ul>
----	-----------------------	--	---

## **Penarikan kesimpulan**

Berdasarkan data dan informasi yang telah diuraikan pada bagian kategorisasi data dan display data sebelumnya, maka kesimpulan variabel Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi sebagai berikut:

1. Luas lahan yang dimiliki petani arfak belum digunakan secara maksimal untuk penanaman markisa. Apabila petani menggunakan tanaman markisa sebagai tanaman utama dan memaksimalkan luas lahan petani akan mendapatkan keuntungan. Dengan status kepemilikan lahan adalah milik sendiri dengan jumlah lahan yang lebih dari 1 lahan sebaiknya petani menambah tenaga kerja untuk mengolah lahan agar meningkatkan keuntungan. Ada dua jenis markisa yang dapat dikembangkan namun sampai saat ini kedua markisa ini tidak dikembangkan dengan baik bahkan ada yg dibiarkan tumbuh liar. Apabila diberikan penyuluhan tentang budidaya markisa akan dapat meningkatkan produksi markisa dan akan dikembangkan kembali kedua jenis markisa yang sudah dikembangkan di kampung syou.
2. Dari sumberdaya manusia yang ada mulai dari sejarah pengembangan markisa untuk markisa kuning sendiri pertama kali dikenalkan dari wilayah mokwam. Jadi apabila di berikan pendampingan untuk dikembangkan kembali, akan meningkatkan pengembangan markisa. Dari tingkat pendidikan dan pendidikan non-formal dan umur informan sudah memadai yaitu pendidika petani dari SD sampai S1, dan juga petani punya pengalaman pelatihan, petani juga punya pengalaman lamah berusaha tani dengan tingkat umur produktif yaitu 25 tahun sampai 45 tahun. Apabila diberikan penyuluhan tentang teknologi budidaya markisa akan sangat mudah untuk dipahami petani.
3. Input produksi alat dan bahan yang digunakan petani masih sangat sederhana sehingga perlu adanya perhatian dari pihak terkait untuk mengadakan peraratan yang lebih memadai untuk peningkatan produksi
4. Petani memerlukan pendampingan untuk dapat menyusun analisis usaha tani (agribisnis) agar meningkatkan pendapatan petani

#### 4.1.4 Strategi Pengembangan Markisa Arfak

Strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam berdasarkan indicator Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weaknesses*), *Peluang* (*Opportunities*), dan *Ancaman* (*Threats*) diuraikan sebagai berikut:

##### **Kekuatan (*Strength*)**

Identifikasi faktor-faktor terkait situasi atau kondisi yang merupakan **kekuatan internal** yang dimiliki oleh petani Arfak berkaitan dengan data berikut: Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen), Input pascapanen, dan Input pemasaran dapat dideskripsikan pada tabel berikut ini:

Tabel 16 kekuatan lingkungan internal

No	Kategori Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Deskripsi Temuan
1	Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)	<ul style="list-style-type: none"><li>Alat yang digunakan petani arfak yaitu Parang, dan sabit untuk pembukaan kebun dan alat bahan yang digunakan juga relatif murah dan bertahan lamah sehingga mendukung petani dalam membuka lahan dan meningkatkan produksi markisa yang tinggi dan organik.</li><li>Markisa arfak sangat beradaptatif dengan lingkungan alam mokwam sehingga tanpa di tanam markisa dapat bertumbuh sendiri.</li></ul>
2	Input pascapanen	<ul style="list-style-type: none"><li>Pascapanen yang dilakukan setelah panen markisa adalah ketika sampai di rumah petani melakukan sortasi buah yang rusak dan baik dipisahkan yang pecah dan yang tidak pecah petani dapat membersihkan dan susun dalam keranjang untuk dibawa ke pasar wosi</li></ul>
3	Input pemasaran	<ul style="list-style-type: none"><li>Jual markisa 1 keranjang bisa mendapatkan Rp.300.000.00 dengan harga per tumpuk 5.000.00/6 buah per tumpuk. dan harga marketing 20.000.00/1kg sehingga harga yang diberikan marketing (moll) Rp: 500.000.00/keranjang</li></ul>

Pada tabel 16 menunjukkan bahwa Markisa arfak memiliki kekuatan atau kelebihan yang sangat berpotensi untuk dikembangkan yaitu alam di wilayah mokwam sangat mendukung pertumbuhan markisa dan yang ke dua markisa arfak di kampung syou distrik mokwam memiliki produksi yang tinggi dan organik

### **Kelemahan (*Weaknesses*)**

Identifikasi faktor-faktor **keterbatasan** sumber daya yang **bersifat internal**, berkaitan dengan: Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen), Input pascapanen, dan Input pemasaran dapat dideskripsikan pada tabel berikut ini:

Tabel 17 Kelemahan lingkungan internal

<b>No</b>	<b>Kategori Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).</b>	<b>Deskripsi Temuan</b>
1	Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)	▪ Budaya pertanian Masyarakat (petani arfak) masih Tradisional (subsisten) Keterampilan Teknis Pertanian petani arfak rendah, dan mudah rusak dalam perjalanan dan angkutan juga sulit untuk dipanen karena merambat pada pohon tinggi
2	Input pascapanen	▪ Pascapanen sudah dilakukan yaitu kegiatan memilih produk yang tidak rusak untuk dibawa ke pasar wosi namun pasti ada saja kerusakan di transportasi menuju pasar wosi. Karena kurang adanya pelatihan tentang cara packing yang baik, aman dan tidak makan tempat dan biaya
3	Input pemasaran	▪ kurang adanya penyuluhan tentang teknis budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran

Pada tabel 17 mengatakan bahwa cara mengembangkan markisa arfak di kampung syou petani lokal arfak masih membiarkan tanaman markisa tumbuh liar di hutan tanpa perawatan khusus. Karena petani arfak menganggap bahwa tanpa di tanam markisa sudah dapat tumbuh sendiri di bekas kebun. Ini karena budaya bertani petani arfak yang masih subsisten.

### ***Peluang (Opportunities)***

Identifikasi **faktor positif** dari **lingkungan eksternal**, dan memberikan kesempatan bagi petani Arfak yang berkaitan dengan: Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen), Input pascapanen, dan Input pemasaran dapat dideskripsikan pada tabel berikut ini:

Tabel 18 peluang lingkungan eksternal

No	Kategori <i>Peluang (Opportunities)</i> .	Deskripsi Temuan
1	Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peluang dalam membudidayakan markisa arfak yaitu bibit markisa tidak dibeli. Bisa di dapatkan di bekas kebun, di hutab, di kali dan bisa di semai sendiri ada juga yang tanam dari batang tinggal stek batang.</li> </ul>
2	Input pascapanen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peluang dalam melakukan kegiatan adalah mengola lanjut hasil yang sudah di panen misalkan buat inovasi, jus markisa, sirup markisa dan pengolahan hasil lainnya. Karena sebelumnya sudah pernah dikasih pelatihan pengolahan sirup markisa dari yayasan BBRC dan beberapa informan sudah pernah mengikuti pelatihan pengolahan markisa</li> </ul>
3	Input pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ selain jual di pasar umum wosi kita juga bisa dapat bekerjasama dengan pihak luar seperti, marketing, toko buah dan sayur, dan pedagang keliling seperti mas mas sayur dan pengolahan hasil seperti sirup markisa dan jus markisa dan inovasi lainnya</li> </ul>

Pada tabel 18 mengatakan bahwa peluang yang dimiliki untuk membudidayakan markisa arfak salah satunya yaitu permintaan pasar yang sangat tinggi dan peluang membangun kerjasama eksternal dengan pihak luar seperti marketing, dan ekspor, serta penawaran inovasi seperti pengolahan hasil sirup markisa jus markisa dan lainnya.

### **Ancaman (Threats)**

Identifikasi **Faktor negatif** dari **lingkungan eksternal** yang memberikan hambatan bagi petani Arfak yang berkaitan dengan: Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen), Input pascapanen, dan Input pemasaran dapat dideskripsikan pada tabel berikut ini:

Tabel 19 Ancaman lingkungan External

No	Kategori <i>Ancaman (Threats)</i> .	Deskripsi Temuan
1	Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ancaman dalam budidaya markisa hewan peliharaan, hewan liar, tanaman sayuran dan cara budidaya yang masih dibiarkan tumbuh liar dan merambat ke pohon tinggi</li> </ul>

2	Input pascapanen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ancaman kegiatan pascapanen yang terjadi adalah walaupun sudah dipisahkan yang rusak dan dipilih yang bagus saja untuk bawah ke pasar masih saja ada yang rusak lagi dalam angkutan. (kurang adanya wadah buah yang aman untuk angkutan)</li> </ul>
3	Input pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ancaman persaingan pasar karena banyak inport buah-buahan dari luar dengan kemasan yang baik sehingga memiliki nilai jual yang baik dan memiliki masa simpan yang lama</li> </ul>

Pada tabel 19 mengatakan bahwa ancaman yang dapat mengancam pengembangan markisa salahsatunya yaitu persaingan pasar atau pemasaran yang kurang stabil. Karena petani lokal arfak pada umumnya masih menjual markisa di pasar yang sama yaitu pasar wosi manokwari dan ketika musim panen dan semua petani membawah markisa untuk dijual maka terjadi persaingan yang mengakibatkan harga markisa turun praktis dari harga seharusnya.

### **Penyajian data**

Penyajian data analisis SWOT variabel strategi pengembangan markisa arfak pada petani lokal Kampung syou Distrik Mokwam berdasarkan indikator Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam membudidayakan markisa arfak mulai dari persiapan lahan, pembibitan, penanaman, pemeliharaan, panen dan pascapanen, dan pemasaran hasil merupakan kategori atau kelompok data yang diorganisasikan kembali untuk menganalisis variabel strategi pengembangan markisa arfak yang dijabarkan pada display data berikut.\

Tabel 20 Analisis SWOT Penyajian data variabel strategi pengembangan markisa arfak

No.	Indikator	Kondisi temuan	Analisa kondisi
1.	<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)</li> <li>▪ Input pascapanen</li> <li>▪ Input pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alat yang digunakan petani arfak yaitu Parang, dan sabit untuk pembukaan kebun dan alat bahan yang digunakan juga relatif murah dan bertahan lama sehingga mendukung petani dalam membuka lahan dan meningkatkan produksi markisa yang tinggi dan organik.</li> <li>▪ Markisa arfak sangat beradaptatif dengan lingkungan alam mokwam sehingga tanpa di tanam markisa dapat bertumbuh sendiri.</li> <li>▪ Pascapanen yang dilakukan setelah panen markisa adalah ketika sampai di rumah petani melakukan sortasi buah yang rusak dan baik dipisahkan yang pecah dan yang tidak pecah petani dapat membersihkan dan susun dalam keranjang untuk dibawa ke pasar wosi</li> <li>▪ Jual markisa 1 keranjang bisa mendapatkan Rp.300.000.00 dengan harga per tumpuk 5.000.00/6 buah per tumpuk. dan harga marketing 20.000.00/1kg sehingga harga yang diberikan marketing (moll) Rp: 500.000.00/keranjang</li> </ul>
2.	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)</li> <li>▪ Input pascapanen</li> <li>▪ Input pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budaya pertanian Masyarakat (petani arfak) masih Tradisional (subsisten) Keterampilan Teknis Pertanian petani arfak rendah, dan mudah rusak dalam perjalanan dan angkutan juga sulit untuk dipanen karena merambat pada pohon tinggi</li> <li>▪ Pascapanen sudah dilakukan yaitu kegiatan memilih produk yang tidak rusak untuk dibawa ke pasar wosi namun pasti ada saja kerusakan di transportasi menuju pasar wosi. Karena kurang</li> </ul>

			<p>adanya pelatihan tentang cara packing yang baik, aman dan tidak makan tempat dan biaya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kurang adanya penyuluhan tentang teknis budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran</li> </ul>
3.	<b><i>Peluang (Opportunities)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)</li> <li>▪ Input pascapanen</li> <li>▪ Input pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peluang dalam membudidayakan markisa arfak yaitu bibit markisa tidak dibeli. Bisa di dapatkan di bekas kebun, di hutan, di kali dan bisa di semai sendiri ada juga yang tanam dari batang tinggal stek batang.</li> <li>▪ Peluang mengola lanjut hasil yang sudah di panen misalkan buat inovasi, jus markisa, sirup markisa dan pengolahan hasil lainnya.</li> <li>▪ Selain jual di pasar umum wosi kita juga bisa dapat bekerjasama dengan pihak luar seperti, marketing, toko buah dan sayur, dan pedagang keliling.</li> </ul>
4.	<b><i>Ancaman (Threats)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)</li> <li>▪ Input pascapanen</li> <li>▪ Input pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ancaman dalam budidaya markisa hewan peliharaan, hewan liar, tanaman sayuran dan cara budidaya yang masih dibiarkan tumbuh liar dan merambat ke pohon tinggi</li> <li>▪ Ancaman kegiatan pascapanen yang terjadi adalah walaupun sudah dipisahkan yang rusak dan dipilih yang bagus saja untuk bawah ke pasar masih saja ada yang rusak lagi dalam angkutan. (kurang adanya wadah buah yang aman untuk angkutan)</li> <li>▪ Ancaman persaingan pasar karena banyak inport buah-buahan dari luar dengan kemasan yang baik sehingga memiliki nilai jual yang baik dan memiliki masa simpan yang lama</li> </ul>

### **Penarikan kesimpulan**

Berdasarkan data dan informasi yang telah diuraikan pada bagian kategorisasi data dan display data sebelumnya, maka kesimpulan variabel strategi pengembangan markisa arfak terdapat 4 strategi sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel analisis SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa strategi S-O menyatakan pemanfaatan atau penggunaan pemasan yang belum baik dan menarik sehingga produksinya belum meningkat. jadi untuk meningkatkan produksi petani harus menjalin kerjasama dengan pihak lain agar mendapatkan pemasaran yang baik dan menarik agar meningkatkan produksi markisa.
2. Berdasarkan tabel analisis SWOT di atas dapat di temukan Strategi W-O yang dimana menyimpulkan bahwa petani arfak di kampung syou belum memahami budidaya mrakisa yang baik dan benar dan petani arfak juga belum menghitung analisis pendapatan dan pengeluarannya. Maka itu perlu adanya penyuluhan atau bimbingan terkait budidaya markisa yang benar dan analisis usaha tani dan agribisnis agar meningkatkan produktivitas dan produksi markisa arafak.
3. Strategi ke 3 yaitu strategi O-S yang menyimpulkan bahwa petani arfak memiliki luas lahan yang sangat luas dan besar namun petani arfak belum memaksimalkan kebunnya untuk tanaman markisa arfak sehingga produktivitas markisa arfak belum meningkat.
4. Berdasarkan tabel analisis SWOT di atas dapat di temukan Strategi T-W dapat menyimpulkan bahwa petani arfak belum paham budidaya markisa yang baik agar di jaga dan dipelihara agar terhindar dari kerusakan produk dan di makan hama burung dan kus-kus, dan kerusakan lainnya pada saat melakukan panen dan pascapanen. Sehingga perlu adanya pelatihan atau pendampingan terhadap budidaya markisa yang benar penanganan khusus pascapanen dan pembuatab pecking yang aman, mudah diangkat, dan tidak makan tempat.

#### **4.1.5 Diseminasi hasil kajian**

Deseminasi dilaksanakan pada tanggal 30 April 2024 pukul 09.00 WIT bertempat di Balai Kampung Syou dengan jumlah peserta yang hadir 30 orang. Tujuan dari penyampaian deseminasi (penyebarluasan) hasil kajian yaitu untuk memberikan informasi kepada parah petani terkait data yang dapat mereka

berikan untuk mengukur potensi dan menemukan strategi pengembangan markisa arfak di kampung syou.

Materi yang disampaikan terkait potensi markisa arfak di kampung syou berdasarkan sejarah pengembangan markisa arfak di kampung syou. Di sampaikan juga peluang serta keuntungan yang diterima yaitu hasil dari pada markisa 1 keranjang penerimaannya lebih besar dari pada buah labu dan lebih ringan dari pada buah labu. menurut data yang di ambil perbandingan labu 1 karung dan markisa 1 keranjang labu 1 karung penerimaannya paling tinggi 100.000.00 paling rendah 70.000.00 sedangkan markisa 1 keranjang paling rendah 150.000.00 paling tinggi 400.000.00/keranjang, untuk mendapatkan strategi pengembangan markisa arfak tak lupa juga menyampaikan keuntungan, kelemahan, peluang dan ancaman masyarakat petani arfak dalam membudidayakan markisa arfak. Materi tersebut disusun dalam sebuah media penyuluhan/ media desiminasi yaitu media leaflet.

Salah satu unsur penting yang perlu diperhatikan dalam penyelenggaraan penyuluhan adalah memilih media penyuluhan. Dimana media penyuluhan merupakan segala sesuatu yang berisi pesan atau informasi yang dapat membantu kegiatan penyuluhan. Media penyuluhan/deseminasi yang digunakan dalam rangka mengefektifkan penyampaian pesan pada proses komunikasi antara penyampaian pesan dengan masyarakat sasaran penyuluhan. Pada faktanya, proses komunikasi dalam hal ini penyampaian informasi yang hanya menggunakan kata-kata atau tanpa media jarang bisa dimengerti oleh sasaran penyuluhan sehingga diperlukan adanya sasaran, pengirim pesan, isi pesan serta kondisi wilayah tersebut. Studi tentang jaringan komunikasi menunjukkan bahwa masyarakat petani di Indonesia sudah terbiasa menerima informasi melalui media elektronik, selain media personal dan media cetak (Anthy, 2002; Ellyta, 2006 dalam Hubeis, 2016).

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi**

Menurut Direktorat Budidaya Tanaman Buah, (2008) Tanaman Markisa bukanlah tanaman asli Indonesia, tetapi merupakan pendatang dari luar negeri. Daerah asal tanaman markisa diduga dari Amerika Latin, yaitu Brazilia dan sekitarnya. Dari Brazilia, tanaman markisa menyebar ke Australia dan Eropa. Diduga markisa yang dikembangkan di Indonesia sekarang ini berasal dari Australia, yang masuk ke Indonesia pada abad ke-19, yang mula-mula

dikembangkan di Jawa Barat, Sumatera Barat dan Sumatera Utara Tanaman markisa ini kemudian menyebar ke seluruh dunia, dan umumnya di tanam di daerah pegunungan atau daerah yang berhawa sejuk. Pada saat ini tanaman markisa telah berkembang baik di Sulawesi Selatan (Gowa, Sinjai, Tator) dan di Sumatera Utara (Karo). Luas tanaman markisa di Sumatera Utara pada saat ini telah mencapai lebih dari 333 ha dengan produksi 46, 33 ton/ha. Saat ini di kampung syou markisa dapat berkembang dengan baik dengan cara dibudidayakan secara lokal dan dibiarkan tumbuh sendiri dan liar di bekas kebun (hutan) dengan jumlah produksi  $\pm$  3.900 kilogram yang artinya 3, 9 metrik ton/pohon/minggu.

Tanaman markisa telah menyebar pada beberapa wilayah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Manokwari, tepatnya di wilayah Distrik Mokwam hingga wilayah Kabupaten Pegunungan Arfak. Salah satu wilayah yang terdapat tanaman markisa adalah Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari. Markisa kuning yang dikembangkan bukanlah komoditi asli wilayah tersebut, namun dibawa dari daerah wamena oleh salah seorang masyarakat setempat, kemudian dikembangkan hingga sekarang ini, dan masyarakat Kampung Syou menyebutnya "markisa wamena" sesuai dengan asal tempatnya. Berdasarkan survey yang dilakukan sebelumnya menemukan bahwa aspek budidaya, pengolahan hasil, dan pemasaran produksi menjadi faktor penghambat dalam pengembangan tanaman markisa di wilayah tersebut. Masyarakat petani belum melakukan budidaya secara intensif menggunakan teknologi budidaya yang lebih baik (masih konvensional), dan juga petani belum menerapkan sistem pascapanen yang menjaga kesegaran buah, pengemasan produk untuk mendukung pemasaran produksi. Tanaman markisa masih dibiarkan tumbuh liar di hutan dan sekitar pekarangan rumah. Masyarakat biasanya memanfaatkan buah markisa untuk dikonsumsi dan sebagian di jual ke pasar sebagai penambah komoditi utama yang akan dipasarkan.

Sejarah pengembangan markisa di kampung syou distrik mokwam menurut deskripsi temuan di lapangan ada dua jenis markisa yang dikembangkan di kampung syou yang salah satunya adalah (*Bambrey Nitu*) buah negeri yang artinya markisa lokal yang sudah dianggap sebagai markisa lokal yaitu markisa ungu, karena markisa ini dibawa oleh misionaris (penginjil) dari luar negeri pada tahun 1962 dan sudah sangat lama tumbuh di wilayah arfak akhirnya sudah dianggap sebagai tanaman endemic atau tanaman lokal markisa lokal. Dan jenis markisa

yang satunya yaitu (*Bambrey Wamena*) markisa kuning yang artinya markisa wamena yaitu markisa kuning yang di adopsi oleh mahasiswa KKN di wamena bernama Paguru Musa Ullo dan mengembangkannya di Mokwam pada tahun 2001 dan sekarang berkembang sampai seluruh wilayah Pegunungan Arfak dan sudah dikenal sebagai markisa arfak.

Di Jawa tanaman markisa dalam skala kecil terdapat di Sukabumi, Cibodas, Pangalengan dan Lembang Bandung. Menurut (Sari, 2019). Markisa adalah salah satu buah lokal yang sangat potensial untuk dikembangkan, karena tanaman markisa memiliki berbagai keunggulan dalam hal budidaya yang tergolong mudah, tidak banyak perawatan, tahan terhadap hama dan penyakit serta dapat tumbuh di dataran tinggi dan dataran rendah. Pengembangan markisa arfak di kampung syou distrik mokwam, sumber biaya dan jumlah biaya yang digunakan untuk membudidayakan markisa arfak tidak ada karena bibit markisa mudah di dapatkan dan bibit markisa di dapat sendiri dan tidak dibeli dan markisa tidak menggunakan pupuk dan perawatan yang mengeluarkan uang. Pengembangan markisa arfak di kampung syou dibiarkan tumbuh liar dan merambat di pohon waktu berbuah dan siap panen baru langsung panen setelah itu dibiarkan saja tumbuh liar kembali dan berbuah sendiri tanpa perawatan khusus.

Menurut Direktorat Budidaya Tanaman Buah, (2008). Markisa memiliki nutrisi berupa Vitamin yang sangat tinggi seperti vitamin C yang cukup tinggi membantu meningkatkan daya tahan tubuh sedangkan vitamin A juga terdapat dalam markisa baik untuk kesehatan mata, sehingga sangat baik dikonsumsi sebagai pemelihara daya tahan tubuh. Oleh karena itu markisa dibutuhkan sebagai sumber pemenuhan kebutuhan vitamin yang ada dalam tubuh manusia. Markisa juga memiliki beberapa Manfaat bagi kesehatan, yaitu, berpotensi menurunkan risiko kanker, membantu meredakan gejala asma, membantu kelancaran buang air besar, membantu menurunkan berat badan, mengurangi kecemasan dan membantu tidur nyenyak. Sedangkan informasi yang saya temukan di lapangan menurut bapak Yustus Indou 2024 di kampung syou mengatakan bahwa makan markisa dalam jumlah banyak dapat menimbulkan rematik dan diabetes.

Menurut survey awal Harga jual yang diberikan biasanya Rp. 5.000,-/tumbuh (4-5 buah). Tanaman markisa juga menjadi tanaman khusus yang tumbuh di daerah Mokwam hingga pegunungan Arfak lainnya sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung yang datang untuk menjadikan buah markisa sebagai buah tangan (oleh-oleh). Setelah melakukan penelitian, peneliti menemukan harga

pasar yang sebenarnya dari beberapa petani bahwa harga jual pasar yang diberikan 5000, per tumpuk dan 1 tumpuk terdapat 6 buah per tumpuk. dengan jumlah produksi satu kali panen 1 pohon dalam seminggu menghasilkan ¼ hingga 1 keraanjang per minggu, di dalam 1 keranjang terdapat 300 buah per keranjang. (Yaitu: 3900 kilogram= 3, 9 metrik ton) ini artinya petani 1 kali panen markisa pendapatan per keranjang/minggu Rp: 250.000/keranjang. Sedangkan harga pasaran yang diberikan marketing (Manokwari Mol City) yaitu 1 kg Rp: 20.000 dalam 1 kg terdapat 13 buah markisa, itu artinya pendapatan marketing untuk 1 keranjang markisa Rp: 500.000/keranjang.

#### 4.2.2 Strategi Pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou

Pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam diperlukan strategi pengembangan yang diamati dari mengenali faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mendukung efisiensi pengembangan markisa arfak tersebut, dengan menggunakan analisis SWOT untuk menghasilkan strategi pengembangan. Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data pada pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam ditemui faktor-faktor internal dan eksetrnal sebagai berikut:

#### 4.2.3. Faktor Lingkungan Internal

Lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki petani markisa arfak. Faktor lingkungan internal yang teridentifikasi disajikan pada tabel berikut.

**Tabel. 21 Identifikasi Faktor Internal Pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.**

No.	Lingkungan Internal	Hasil Identifikasi
1.	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adaptatif dengan lingkungan alam di Mokwam (S1)</li> <li>▪ Produksi tinggi dan Organik (S2)</li> <li>▪ Petani memiliki luas lahan yang cukup luas yaitu 0,5ha-1ha(S3)</li> </ul>
2.	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budaya pertanian Masyarakat (petani arfak) masih Tradisional (subsisten) (W1)</li> <li>▪ Keterampilan Teknis Pertanian petani arfak rendah (W2)</li> <li>▪ mudah rusak dan sulit panen karena melambat pada pohon tinggi (W3)</li> </ul>

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal, selanjutnya dilakukan penilaian bobot, rating dan skor terhadap setiap faktor yang teridentifikasi pada komponen

kekuatan (S) dan komponen kelemahan (W). Bobot, rate, dan skor faktor internal pengembangan markisa arfak disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 22 Bobot, Rate dan Skor Faktor Internal Pengembangan Markisa Arfak**

<b>Faktor Internal (internal factor)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rate</b>	<b>Skor</b>	<b>Total</b>
<b>Kekuatan (Strength – S)</b>				
▪ Adaptatif dengan lingkungan alam di Mokwam (S1)	0,18	4,07	0,72	4,97
▪ Produksi tinggi dan Organik (S2)	0,18	4,13	0,74	5,06
▪ Petani memiliki rata-rata lebih dari 1 kebun produktif (S3)	0,16	3,67	0,59	4,41
				<b>14,44</b>
<b>Kelemahan (Weakness – W)</b>				
▪ Budidaya pertanian masyarakat (petani arfak) masih tradisional (subsisten) (W1)	0,17	3,80	0,63	4,60
▪ Keterampilan teknis pertanian petani arfak masih rendah (W2)	0,15	4,07	0,61	4,83
▪ Mudah rusak dan sulit panen karena merambat ke pohon yang tinggi (W3)	0,14	3,20	0,45	3,79
	<b>1,95</b>			<b>13,21</b>

*Sumber. Data Primer, 2024*

Penelitian setiap faktor teridentifikasi pada komponen kekuatan (S) dan komponen kelemahan (W) masing-masing sebesar 14,44 dan 13,21 atau secara keseluruhan (agregat) dari faktor internal adalah sebesar 27,65.

Faktor lingkungan internal kekuatan yang paling besar adalah: 1) Produksi tinggi dan Organik (S2) dengan total skor 5,06; 2) Adaptatif dengan lingkungan alam di Mokwam (S1) dengan total skor 4,97; dan 3) Petani memiliki rata-rata lebih dari 1 kebun produktif (S3) dengan total skor 4,41. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga faktor kekuatan tersebut perlu di dipertahankan dan dikembangkan.

Sedangkan faktor kelemahan yang memiliki skor paling tinggi adalah: 1) Keterampilan teknis pertanian petani arfak masih rendah (W2) dengan total skor 4,83; dan 2) Budidaya pertanian masyarakat/petani arfak masih tradisional (subsisten) dengan total skor 4,60; hal tersebut menunjukkan bahwa petani arfak belum bisa meninggalkan budaya subsistennya dalam berkebun sehingga keterampilan teknis dalam bertani masih sangat rendah. Petani membutuhkan waktu penyesuaian untuk merubah pola pikir (minset) subsisten menjadi semi komersial, dimana selama ini petani membudidayakan tanaman diutamakan untuk konsumsi sendiri menjadi budidaya tanaman yang berorientasi pasar. Petani membutuhkan pihak lain atau stakeholder misalnya Dinas Pertanian, BPTP, perguruan tinggi, dan LSM/yayasan untuk mendorong peningkatan pengetahuan petani tentang keterampilan dan strategi-strategi pengembangan produk lokal

melalui kegiatan pemberdayaan petani yang meliputi kegiatan penyuluhan, pendampingan, penumbuhan kelompok tani, dan penelitian.

#### 4.2.4 Faktor Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal meliputi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh petani arfak, dan ancaman yang datang dari luar sistem lingkungan petani. Faktor lingkungan eksternal yang teridentifikasi disajikan pada tabel berikut

**Tabel 23 Identifikasi factor eksternal pengembangan markisa arfak**

No.	Lingkungan Internal	Hasil Identifikasi
1.	Peluang ( <i>Opportunitie</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Permintaan pasar relative bagus dan harga pasar relative stabil (P1)</li> <li>▪ Potensi pengolahan lanjut (jus markisa) (P2)</li> <li>▪ Sebagai objek wisata (P3)</li> </ul>
2.	Ancaman ( <i>Threaths</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perubahan iklim (T1)</li> <li>▪ Persaingan produk markisa dari luar (T2)</li> <li>▪ Serangan hama penyakit busuk buah (T3)</li> </ul>

*Sumber Data Primer, 2024*

Berdasarkan hasil identifikasi faktor eksternal, selanjutnya dilakukan penilaian bobot, rating dan skor terhadap setiap faktor teridentifikasi pada komponen peluang (O) dan komponen ancaman (T). Bobot, rate, dan skor faktor eksternal Pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 24 Bobot, Rate dan Skor Faktor Eksternal Pengembangan Markisa Arfak**

Faktor Eksternal ( <i>Eksternal factor</i> )	Bobot	Rate	Skor	Total
<b>Peluang (<i>Opportunitie</i>)</b>				
▪ Permintaan pasar relative bagus dan harga relative stabil (P1)	0,16	2,00	0,33	2,49
▪ Potensi pengolahan lanjut (jus markisa) (P2)	0,16	1,93	0,31	2,40
▪ Sebagai objek wisata (P3)	0,15	1,87	0,29	2,31
				<b>7,20</b>
<b>Ancaman (<i>Threaths</i>)</b>				
▪ Perubahan iklim (T1)	0,14	1,80	0,27	2,213
▪ Persaingan produk markisa dari luar (T2)	0,16	2,07	0,35	2,586
▪ Serangan hama penyakit busuk buah (T3)	0,19	2,53	0,48	3,209
	<b>1,98</b>			<b>8,008</b>

*Sumber. Data Primer, 2024*

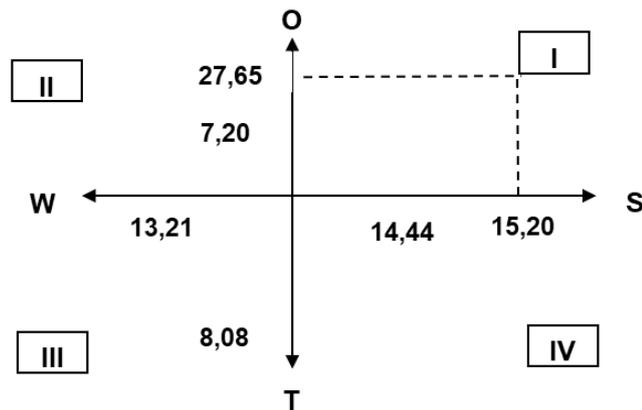
Penilaian terhadap setiap faktor teridentifikasi pada komponen peluang (O) dan komponen ancaman (T) masing-masing sebesar 7,20 dan 8,008 atau secara keseluruhan (agregat) dari faktor Eksternal adalah sebesar 15,208.

Faktor lingkungan eksternal peluang yang paling besar adalah: 1) Permintaan pasar relative bagus dan harga relative stabil (O1) dengan total skor 2,49; dan 2) Potensi pengolahan lanjut (jus markisa) (O2) dengan total skor 2,40; 3) serta dikembangkan juga peluang lainnya seperti yang terdapat pada (O3) Yaitu Sebagai objek wisata dengan total skor 2,31. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga faktor peluang tersebut perlu dimanfaatkan sebaik mungkin untuk meningkatkan strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.

Sedangkan faktor ancaman yang memiliki skor paling tinggi adalah: 1) serangan hama penyakit busuk buah (T3) dengan total skor 3,209; 2) persaingan produk markisa dari lua (T2) dengan total skor 2,586; dan juga 3) Perubahan iklim (T1) dengan total skor 2,213. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga faktor ancaman tersebut sangat menjadi ancaman serius terhadap berlangsungnya pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.

#### **4.2.5 Analisis Strategi**

Secara keseluruhan faktor kekuatan memiliki nilai 14, 44; kelemahan 13, 21; peluang 7,20; dan ancaman 2,008. Dengan demikian kekuatan memiliki nilai lebih tinggi. Hasil pembobotan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh, diperoleh hasil bahwa faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan faktor-faktor eksternalnya (peluang dan ancaman) yaitu terhadap pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam, diiperoleh rasio antara faktor-faktor internal dan eksternal sebesar 27, 65:9,208. Rasio faktor internal yang lebih besar menunjukkan adanya pengaruh yang lebih kuat terhadap pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam. Keterkaitan antara faktor Internal dan Faktor Eksternal dapat dilihat pada gambar keterkaitan Analisis Lingkungan Internal (ALI) dengan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) pada gambar berikut:



Gambar 4.2.5 Pemetaan Nilai Analisis Lingkungan Internal (ALI) dengan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) Pada Pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa nilai Analisis Lingkungan Internal (ALI) adalah 14, 44 (15, 20 - 13, 21), sedangkan nilai Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) adalah 27, 65 (7, 20 - 8, 08). Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dari pada kelemahan yang berarti kekuatan mampu menutupi kelemahan, sedangkan peluang yang ada mampu untuk mengatasi ancaman.

Hasil pemetaan diatas diketahui posisi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam berada pada posisi kuadaran I yaitu *Aggresive*. Hal ini mengidentifikasi bahwa dengan kekuatan yang dimiliki, petani markisa harus lebih menangkap peluang yang ada secara maksimal dengan kekuatan yang dimiliki. Menurut Rangkuti (2002), kuandran I merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan/lembaga/individu memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Analisis yang dilakukan terhadap faktor strategi eksternal dan faktor strategi internal tersebut dengan menggunakan model Matrik SWOT diperoleh strategi-strategi yang dikelompokkan ke dalam empat kategori, yaitu: 1) Strategi SO, penggunaan unsur-unsur kekuatan yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan dari peluang-peluang yang tersedia; 2) Strategi WO, memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia; 3) Strategi ST, menggunakan kekuatan yang ada untuk menghindari atau memperkecil dampak dari ancaman eksternal; dan 4) Strategi WT, adalah taktik pertahanan yang diarahkan pada

pengurangan kelemahan internal untuk menghadapi ancaman eksternal (Salusu, 2006).

**Tabel 25 Matriks keterkaitan unsur-unsur SWOT dalam penyusunan strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam.**

Faktor Eksternal	Faktor Eksternal	
	<i>Kekuatan (Strength)</i>	<i>Kelemahan (Weakness)</i>
<b>Peluang (Opportunities)</b>	S1, S2, S3, O1, O2, O3,	W1, W2, W3, O1,O2,O3
<b>Ancaman (Threats)</b>	S1, S2, S3,T1, T2, T3,	W1, W2, W3,T1,T2,T3

Sumber. Data Primer, 2024

Posisi strategi yang digambarkan tersebut diperlukan strategi-strategi yang dapat diterapkan seperti pada berikut:

**Tabel 26 Penentuan alternative strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam**

Internal Eksternal	<i>Kekuatan (Strength)</i>	<i>Kelemahan (Weaknesses)</i>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adaptatif dengan lingkungan alam di Mokwam (S1)</li> <li>▪ Produksi tinggi dan Organik (S2)</li> <li>▪ Petani memiliki rata-rata lebih dari 1 kebun produktif (S3)</li> </ul>
<b>Peluang (Opportunities)</b>	Strategi S-O	Strategi W-O
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Permintaan pasar relative bagus dan harga pasar relative stabil (P1)</li> <li>▪ Potensi pengolahan lanjut (jus markisa) (P2)</li> <li>▪ sebagai objek wisata (P3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengembangan dan perluasan budidaya markisa</li> <li>▪ Pembentukan kelompok pengolahan hasil markisa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penyuluhan tentang potensi markisa</li> <li>▪ Penyuluhan tentang teknis budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran</li> <li>▪ Budidaya markisa dengan menggunakan sistim lanjaran</li> </ul>
<b>Ancaman (Threats)</b>	Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perubahan iklim (T1)</li> <li>▪ Persaingan produk markisa dari luar (T2)</li> <li>▪ Serangan hama penyakit busuk buah (T3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pelatihan atau penyuluhan tentang cara penanganan perubahan iklim</li> <li>▪ Pelatihan dan penyuluhan tentang peningkatan kualitas produksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penyuluhan tentang potensi markisa</li> <li>▪ Penyuluhan tentang teknis budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran</li> <li>▪ Budidaya markisa dengan menggunakan sistim lanjaran</li> <li>▪ Pelatihan tentang cara packing yang baik, aman dan menarik</li> </ul>

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan keterkaitan unsur-unsur strategi SWOT dan alternatif strategi, selanjutnya diurutkan peringkat berdasarkan jumlah skor unsur penyusun yang disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 27 Penentuan prioritas strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam**

Prioritas Strategi	Unsur SWOT	Keterkaitan	Skor	Peringkat
Strategi 1	Budidaya markisa dengan menggunakan sistim lanjutan	W1,W2,W3,T1,T2,T3	21,22	1
Strategi 2	Pelatihan dan penyuluhan tentang peningkatan kualitas produksi	S1,S2,S3,T2,T3	20,23	2
Strategi 3	Pelatihan atau penyuluhan tentang cara penanganan perubahan iklim	S1,S2,S3,T1,T3	19,86	3
Strategi 4	Pembentukan kelompok pengolahan hasil markisa	S1, S2, S3, O2,O3,	18,94	4
Strategi 5	Penyuluhan tentang potensi markisa	W1,W2,T1,T2,T3	17,44	5
Strategi 6	Penyuluhan tentang teknis budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran	W2,W3,T1,T2,T3	16,627	6
Strategi 7	penyuluhan tentang potensi markisa	W1,W2,O1,O2,O3	16,62	7
Strategi 8	Penyuluhan tentang teknis budidaya, pengolahan hasil dan pemasaran	W2,W3,O1,O2,O3	15,81	8
Strategi 9	Pengembangan dan perluasan budidaya markisa	S1,S2,S3,O1,O3	14,27	9
Strategi 10	Pelatihan tentang cara packing yang baik, aman dan menarik	W2,W3,T1,T2	13,42	10

*Sumber. Data Primer, 2024*

Hasil analisis penentuan alternatif strategi berdasarkan prioritas (ranking) strategi pengembangan markisa arfak Di Kampung Syou Distrik Mokwam diperoleh skor minimal 13, 42 peringkat 10 dan skor maksimal 21, 22 peringkat 1. Kemampuan menjalankan semua strategi secara bersamaan menjadi hal yang rumit dilaksanakan, sehingga untuk memaksimalkan strategi berdasarkan prioritas (ranking) maka diperlukan rekomendasi pilihan strategi utama, atau strategi dapat dijalankan semuanya dengan menyusun perencanaan jangka panjang, menengah, dan panjang.

#### **4.2.6 Rekomendasi strategi pengembangan markisa arfak**

Analisis Lingkungan Internal (ALI) dan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) menunjukkan kekuatan lebih besar dari pada kelemahan yang berarti kekuatan mampu menutupi kelemahan, sedangkan peluang yang ada mampu untuk mengatasi ancaman. Hasil pemetaan posisi strategi pengembangan markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam berada pada posisi kuadran I yaitu *Aggressive*, dengan demikian kekuatan yang dimiliki petani arfak harus menangkap peluang yang ada secara maksimal. Kuadran I (*Aggressive*) juga menunjukkan bahwa strategi lebih dominan berkaitan dengan kebijakan.

Berdasarkan pertimbangan hasil analisis ALI dan ALE, posisi kuadran I yaitu *Aggressive*, dan kemampuan melaksanakan strategi prioritas (ranking) maka peneliti merekomendasikan 5 strategi utama yang diuraikan sebagai berikut:

##### **Strategi 1 Budidaya markisa dengan menggunakan sistim lanjaran**

Berdasarkan obsevasi di lapangan petani arfak masih bertani secara lokal (subsisten) salah satunya permasalahan yang ada sampai saat ini petani arfak di Kampung Syou membiarkan tanaman markisa tumbuh sendiri dan menjalar ke pohon yang tinggi sehingga sangat sulit bagi petani dalam melakukan pemanenan dan mudah rusak karena tidak ada penanganan perawatan kuhsus untuk meningkatkan produksi markisa arfak.

Dengan demikian diperlukan strategi pengembangan markisa arfak dengan menggunakan sistem lanjaran agar memudahkan petani dalam melakukan perawatan dan mudah bagi petani pada waktu melakukan pemanenan dan terhindar dari kerusakan yang ekstrim tentu ini sangat mendukung peningkatan produksi dan produktivitas markisa arfak.

##### **Strategi 2 Pelatihan dan penyuluhan tentang peningkatan kualitas produksi**

Berdasarkan observasi di lapangan ditemui bahwa produktivitas produksi buah markisa saat ini belum maksimal karena petani belum sepenuhnya meninggalkan pertanian subsisten. Corak pertanian subsisten masih nampak pada budidaya tanaman markisa yang dilakukan petani. Dengan demikian diperlukan upaya-upaya dari pemerintah dan stakeholder lainnya untuk mengambil peran dalam upaya peningkatan produktivitas markisa arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam. Produktivitas tersebut berupa peningkatan produksi markisa arfak dan luas lahan pada kebun menetap.

### **Strategi 3 Pelatihan atau penyuluhan tentang cara penanganan perubahan iklim**

Perubahan iklim sangatlah berpengaruh terhadap produktivitas dan produksi pertanian, perubahan iklim ini bukan hanya tentang perubahan cuaca yang ekstrim saja namun perubahan iklim global yang terjadi bisa saja mendatangkan hama atau penyakit-penyakit baru yang ingin beradaptasi dengan lingkungan baru dan akan merusak produktivitas dari produk lokal di daerah tersebut. Hal ini sangat penting untuk di cegah sebelum terjadi dan mengakibatkan punahnya produk-produk lokal seperti markisa arfak.

Hal ini karena pengetahuan masyarakat (petani lokal) arfak yang di nilai sampai saat ini belum mampu memahami penanganan serangan hama penyakit dan perawatan pada tanaman. Sehingga pengembangan markisa arfak sampai saat ini cenderung statis (kurang berkembang). Dengan demikian sangat diperlukan adanya penyuluhan atau pendampingan khusus tentang bagaimana cara menangani perubahan iklim.

Peningkatan pengetahuan dapat dilakukan melalui kegiatan penyuluhan pertanian. Polbangtan Manokwari sebagai lembaga pendidikan yang berciri penyuluhan dapat mengambil peran dalam upaya peningkatan pengetahuan petani tersebut. Selain itu juga dinas pertanian melalui penyuluh pertanian sebagai ujung tombak pembangunan pertanian dapat juga dilibatkan secara aktif. Pembentukan lembaga penyuluhan tingkat Distrik yaitu BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) menjadi sangat penting dilakukan, sehingga jika penyuluh aktif dan BPP telah ada, maka pihak Polbangtan Manokwari akan lebih mudah berkoordinasi melaksanakan program pendampingan dan penyuluhan kepada petani.

### **Strategi 4 Pembentukan kelompok pengolahan hasil markisa**

Petani tidak dapat bekerja sendiri dalam pembangunan pertanian, diperlukan kelembagaan pendukung yaitu kelompoktani yang berfungsi sebagai wahana belajar, kerjasama, dan unit produksi. Pada saat ini belum ada kelompoktani yang dibentuk, sehingga sangat penting membentuk unit produksi di tingkat petani melalui penumbuhan kelompoktani dengan memanfaatkan kekuatan petani yaitu petani memiliki tindakan sosial (kebersamaan, kerjasama, kekeluargaan, kepedulian, tanggungjawab) dalam berusahatani, misalnya kebersamaan rapat keluarga dalam membuat rencana usahatani, kerjasama antara pria dan wanita,

pembukaan kebun keluarga, dan lainnya. Tindakan sosial tersebut telah berlaku secara turun temurun sehingga sangatlah membantu dalam bentukan kelompok tani.

### **Strategi 5 Penyuluhan tentang potensi markisa**

Pengetahuan tentang potensi kearifan lokal sangatlah penting bagi petani untuk dapat mempertahankan serta mengembangkan kearifan lokal seperti markisa arfak yang sudah menjadi produk lokal di daerah pegunungan arfak dan bahkan sudah memiliki nama lokal yang disebut dengan sebutan bambrey yang artinya tali pendarat yang berhasil beradaptasi dan berkembang secara baik di wilayah pegunungan arfak secara keseluruhan lebih khusus di Kampung Syou Distrik Mokwam sudah sangat mendukung pengembangan markisa arfak karena alamnya yang sangat cocok sehingga markisa dapat beradaptatif dengan lingkungan alam di Daerah Mokwam. Dengan demikian sangat diperlukan penyuluhan atau semacam pendampingan dari pihak-pihak yang bersangkutan seperti Peningkatan pengetahuan yang bisa dapat dilakukan melalui kegiatan penyuluhan pertanian.

Polbangtan Manokwari sebagai lembaga pendidikan yang berciri penyuluhan dapat mengambil peran dalam upaya peningkatan pengetahuan petani tersebut. Selain itu juga Dinas Pertanian melalui penyuluh pertanian sebagai ujung tombak pembangunan pertanian dapat juga dilibatkan secara aktif. Pembentukan lembaga penyuluhan tingkat Distrik yaitu BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) menjadi sangat penting dilakukan, sehingga jika penyuluh aktif dan BPP telah ada, maka pihak Polbangtan Manokwari akan lebih mudah berkoordinasi melaksanakan program pendampingan dan penyuluhan kepada petani.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian Markisa Arfak: Perspektif Potensi Dan Pengembangan Di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari dapat disimpulkan bahwa:

1. Budidaya tanaman markisa di Kampung Syou memiliki potensi yang cukup besar, ditandai dengan adanya sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya fisik, dan sumber daya finansial yang sangat mendukung potensi markisa arfak di Kampung Syou.
2. Strategi yang digunakan untuk mengembangkan markisa arfak di kampung syou distrik mokwam yaitu salah melakukan penyuluhan atau pendampingan kepada masyarakat petani lokal arfak di kampung syou terkait proses budidaya markisa yang baik dan benar dan juga penyuluhan tentang analisis usaha tani dan agribisnis

#### **5.2 Saran**

Dari kesimpulan di atas dapat diajukan beberapa saran agar mencapai tujuan yang di harapkan.

1. Sangat diharapkan pemerintah daerah Kabupaten Manokwari dan stakeholders lainnya dalam merencanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat petani lokal dan pengembangan komoditi spesifik lokal berdasarkan potensi keunggulan wilayah.
2. Perlu adanya Penelitian selanjutnya atau penyuluhan tentang teknik budidaya markisa yang baik dan benar agar meningkatkan produktivitas markisa arfak di kampung syou
3. Perlu adanya penyuluhan tentang penanganan khusus pascapanen dan analisis usaha tani dan agribisnis agar petani mengetahui berapa keuntungannya dan berapa pengeluarannya
4. Perlu adanya pelatihan tentang membuat alat Pecking tradisional yang baik aman dan tidak makan tempat dan biaya, dan inovasi pengolahan hasil markisa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Francis, T. 2016. *Manajemen pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Afrizal. 2017. *Metode penelitian kualitatif. Sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu*. Rajawali Pers. Depok.
- Aisyah, Andayani, R., & Nasution, S. 2021. Membangun kapasitas pengelolaan budidaya tanaman markisa pada tiang rambat ecobricks RT 01/RW 08 Mampang, Kota Depok. *Gunadarman*, 1(1), 1-7.
- Bugin, B. 2010. *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Burhanam, B., Mala, Y., & Afdi, E. 2004. Perspektif pengembangan agribisnis markisa di Kabupaten Solok, Sumatra Barat. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 15(1), 54-68.
- Creswell, J. W. 2016. *Research design: pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Direktorat Budidaya Tanaman Buah. 2008. *Budidaya maju markisa*. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Emzir. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis data*. PT RajaGrafindo Persada. Depok.
- Gunawan, I. 2017. *Metode penelitian kualitatif. Teori dan praktik*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Inayah, N., & Muhtadi. 2022. Pemberdayaan masyarakat pada home industry sirup markisa di Desa Sukamantri Kabupaten Bogor. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 16(1), 11-20.  
<https://doi.org/10.51852/jpp.v16i1.460>
- Karmila. 2013. *Analisis kelayakan finansial usahatani markisa konyal (Passiflora ligularis) di Desa Arosuka Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok Provinsi Sumatera Barat*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Bengkulu.
- Laksmi, F., Bulkis, S., & Busthanul, N. 2020. Strategi pengembangan usahatani markisa. *Hasanuddin Journal of Sustainable Agriculture*, 1(1), 59-72.
- Malhotra, N. K. 2006. *Riset pemasaran pendekatan terapan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Moleong, L. J. 2014. *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Munthe, D. A. P., Fadhillah, R., Diana, F., Rahmayanti, F., & Muktaridha. 2022. Tingkat pertumbuhan dan kelangsungan hidup udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) pada densitas yang berbeda di tambak CV Markisa Farm. *Jurnal Akuakultura*, 6(2), 88-95.
- Nadja, R. A., Halimah, A. S., Afif, M. K., & Hikmawaty, H. 2023. Nilai tambah olahan buah markisa (Studi kasus Home Industri Anugrah Markisa). *Jurnal Pertanian Agros*, 25(4), 3763-3769.
- Negara, S. P. P. S., Fauzi, I. M., Iswari, D. A., Putri, S. O., Aji, K. M. B., Astuti, R., Irawati, D. A., & Riyanto, S. 2023. Peningkatan Produksi Markisa pada Kelompok Pekarangan Pangan Lestari ( P2L ) Ngongak Tanduran Kota Madiun. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 3(2), 98-104.

<https://doi.org/10.56972/jikm.v3i2.120>

- Neliwati. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori dan Praktek)*. Widya Puspita. Medan.
- Nurfaida, Dachlan, A., & Dariati, T. 2018. Peningkatan produksi markisa melalui perbaikan teknik budidaya tanaman di Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Pengabdian Sriwijaya*, 6(1), 463-468.  
<https://doi.org/10.37061/jps.v6i1.1672>
- Ovelando, R., Nabilla, M. A., & Surrest, A. H. 2013. Fermentasi buah markisa (*Passiflora*) menjadi asam sitrat. *Jurnal Ilmu Teknik Sriwijaya*, 1(1), 103409.
- Putri, I. D., Sari, Z. N., Anggraeni, N., Abdilla, M. G. D., Budiwitjaksono, G. S., & Zuhri, M. F. A. 2023. Pemanfaatan hasil budidaya markisa (*Passiflora Edulis*) sebagai inovasi produk dari kelompok wanita tani citra lestari Kelurahan Karang Sari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Nusantara BerBakti*, 1(3), 133-138.
- Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sari, D. K. 2019. *Peran Biji Buah Markisa Terhadap Stres Oksidatif dan Profil Lipid*.
- Siagian, S. P. 2014. *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Siregar, A. E. H., & Gultom, T. 2018. Karakterisasi Morfologi Markisa (*Passiflora*) di Kabupaten Karo Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional Biologi Dan Pembelajarannya Universitas Negeri Medan*, 7-10.
- Sudarso, D., Budiayanti, T., & Sudjijo. 2006. *Petunjuk Teknis Budidaya markisa*. Balai Penelitian Tanaman Buah Tropika. Sumatra Barat.
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunarto. 2006. *Pengantar manajemen pemasaran*. Ust. Press. Yogyakarta.
- Supardi. 2005. *Metode penelitian ekonomi dan bisnis*. UII Press. Yogyakarta.
- Susilo, B., Hermanto, M. B., Damayanti, R., & Sholikah, P. E. N. 2023. *The Performance of a Modified Dehumidifier Drying Machine for Peanut Seeds (Arachis Hypogaea L.) Drying*. Atlantis Press International BV.  
[https://doi.org/10.2991/978-94-6463-274-3\\_18](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-274-3_18)
- Syahza, A. 2021. *Metodologi Penelitian. Edisi Revisi*. UR Press. Pekanbaru.
- Waitlem. 2001. *Budidaya markisa manis*. Adicipta Karya Nusa. Yogyakarta.
- Winarso, B. 2004. *Pola produksi dan usaha pemasaran komoditas markisa*. Penerbit Pusat Penelitian Dan Pengembangan Pertanian. Jakarta.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat keterangan penelitian



KEMENTERIAN PERTANIAN  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PERTANIAN  
**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MANOKWARI**  
JALAN SPMA, REREMI, MANOKWARI- PAPUA BARAT 98312  
e-mail : [admin@polbangtanmanokwari.ac.id](mailto:admin@polbangtanmanokwari.ac.id) website : [polbangtanmanokwari.ac.id](http://polbangtanmanokwari.ac.id)

Nomor : B- 653 /SM.220/I.2.7/03/2024  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Pengambilan Data Petani

08 Maret 2024

Yang terhormat  
**Kepala Distrik Mokwam**

Di –  
Tempat

Sehubungan dengan pelaksanaan Tugas Akhir Mahasiswa Tingkat IV (Empat) Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Manokwari, maka mohon kiranya mahasiswa kami (daftar terlampir) diizinkan untuk melakukan pengambilan data petani sesuai dengan judul tugas akhir masing-masing mahasiswa di Kampung Mokwam, Syoubri dan Kwau, yang akan dilaksanakan pada **Hari Kamis, Tanggal 14 Maret 2024**.

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wakil Direktur I,  
  
Dr. O'eng Anwarudin, S.Pt., M.Si  
NIP. 197903042003121003 A

Tembusan Yth:  
1. Kepala Kampung Mokwam  
2. Kepala Kampung Syoubri  
3. Kepala Kampung Kwau



Lampiran Surat Nomor B-653 /SM.220/I.2.7/03 /2024  
Tanggal 08 Maret 2024

No	Nama Mahasiswa	Program Studi	Judul Tugas Akhir
1	Injilia A. I. Makatanging NIRM. 06.01.20.143	Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan	Input Produksi Pada Sistem Pertanian (Studi Kasus: Pemanfaatan Kebun Pekarangan Petani Lokal di Kampung Mokwam)
2	Kris Nover Deni Wonggor NIRM. 06.01.20.145	Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan	Prespektif Potensi dan Pengembangan di Kampung Syou)
3	Novindra Novelyti Esra Paat NIRM. 06.01.20.151	Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan	Perilaku Rasional Moral Petani Lokal Arfak di Kampung Mokwam
4	Patricia Fabiola Ering NIRM. 06.01.20.152	Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan	Atribusi Petani Lokal Arfak dalam Pengambilan Keputusan Adopsi Budidaya Kopi di Kampung Mokwam

Wakil Direktur I,  
  
Dr. O'eng Anwarudin, S.Pt., M.Si  
NIP. 197903042003121003



## Lampiran 2. Panduan Wawancara

### PANDUAN WAWANCARA

No. Panduan : .....  
Hari/tgl : .....  
Nama Pewawancara : .....  
Tempat : .....

#### A. Identitas Informan

Nama Informan : .....  
Umur : .....  
Tingkat pendidikan : .....  
Lama berusahatani : .....  
Agama : .....  
Alamat : .....  
No Hp : .....

#### B. Pertanyaan

##### 1. Potensi budidaya tanaman Markisa Arfak dan pemasaran produksi

###### a. Sumberdaya alam

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Luas lahan/kebun	.....	.....
Status kepemilikan lahan	.....	.....
Jenis markisa	.....	.....
Jumlah produksi markisa	.....	.....

###### b. Sumberdaya manusia

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Sejarah perkembangan markisa	.....	.....
Karakteristik petani (tk. pendidikan, pendidikan non-formal, umur, lama bertani markisa)	.....	.....
Kolektifitas kerja (pembagian kerja dalam keluarga)	.....	.....

Pengetahuan budidaya markisa (pembukaan lahan - pascapanen)	.....	.....
Pengetahuan pemasaran	.....	.....
Kerjasama eksternal	.....	.....

### c. Sumberdaya fisik

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Input produksi (alat, bahan, tenaga kerja pada tiap tahapan budidaya: pembukaan lahan - panen)	.....	.....
Input pascapanen	.....	.....
Input pemasaran	.....	.....

### d. Sumberdaya finansial

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Jumlah dan sumber biaya digunakan untuk budidaya markisa	.....	.....
Jumlah dan sumber biaya pemasaran	.....	.....
Penerimaan	.....	.....

## 2. Strategi Pengembangan Markisa Arfak

### a. Kekuatan (*Strength*)

Identifikasi faktor-faktor terkait situasi atau kondisi yang merupakan **kekuatan internal** yang dimiliki oleh petani Arfak berkaitan dengan data berikut:

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak	.....	.....
Kegiatan pascapanen	.....	.....
Kegiatan pemasaran produksi	.....	.....

**b. Kelemahan (*Weaknesses*)**

Identifikasi faktor-faktor keterbatasan sumber daya yang bersifat internal, berkaitan dengan:

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak	.....	.....
Kegiatan pascapanen	.....	.....
Kegiatan pemasaran produksi	.....	.....

**c. Peluang (*Opportunities*)**

Identifikasi faktor positif dari lingkungan eksternal, dan memberikan kesempatan bagi petani Arfak yang berkaitan dengan:

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak	.....	.....
Kegiatan pascapanen	.....	.....
Kegiatan pemasaran produksi	.....	.....

**d. Ancaman (*Threats*)**

Identifikasi Faktor negatif dari lingkungan eksternal yang memberikan hambatan bagi petani Arfak yang berkaitan dengan:

Data	Informasi utama	Informasi tambahan
Kegiatan budidaya tanaman Markisa Arfak	.....	.....
Kegiatan pascapanen	.....	.....
Kegiatan pemasaran produksi	.....	.....

Lampiran 3. Daftar hadir informan

**Absen petani pada saat Desiminasi**



KEMENTERIAN PERTANIAN  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MANOKWARI**  
JALAN SPMA, REREMI, MANOKWARI-PAPUA BARAT 98312  
e-mail : admin@polbangtanmanokwari.ac.id website : polbangtanmanokwari.ac.id



**DAFTAR HADIR  
DISEMINASI HASIL WAWANCARA TUGAS AKHIR  
Selasa, 30 April 2024**

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	MILLER KWAN	1 [Signature]	
2	Orestius A. Wng	2 [Signature]	
3	Thomas Wonggor	3 [Signature]	
4	Lewi Ulllo	4 [Signature]	
5	Septinus U. Minyai	5 [Signature]	
6	Alexi Wonggor	6 [Signature]	
7	Lukas Wangson	7 [Signature]	
8	Nataniel Ulllo	8 [Signature]	
9	WELEMIUS Wonggor	9 [Signature]	
10	YONATAN Wonggor	10 [Signature]	
11	Nahum Beni Sinar	11 [Signature]	
12	Simson Wonggor	12 [Signature]	
13	Ismail Wonggor	13 [Signature]	
14	Yuri Wonggor	14 [Signature]	
15	Seli Rirke Wonggor	15 [Signature]	
16	Marta Tibian	16 [Signature]	
17	Jermira ulloh	17 [Signature]	
18	MILHA SATORI	18 [Signature]	
19	Zethi Wanggor	19 [Signature]	
20	Pedulis Wonggor	20 [Signature]	
21	Wenarmus W	21 [Signature]	
22	Mabince W	22 [Signature]	
23	Jurmina Dukan	23 [Signature]	
24	SELINA Ulllo	24 [Signature]	
25	Yustus Indou	25 [Signature]	
26	Doromince ullo	26 [Signature]	
27	Marta ullo	27 [Signature]	
28	Leni AJOK	28 [Signature]	
29	Nella Wonggor	29 [Signature]	
30	Sander Wonggor	30 [Signature]	

31. Meckias Edowai 31 [Signature]      32. Berina Wonggor [Signature]

#### Lampiran 4. Dokumentasi kegiatan Penelitian





Dokumentasi Kegiatan Pengkajian Data Wawancara Mendalam



*Dokumentasi Kegiatan Pengkajian Data Wawancara Dan Pengamatan*



Kegiatan FGD/ Diseminasi  
-1°6'27", 133°54'47", 1499,0m  
03/05/2024 11:15:51



Kegiatan FGD/ Diseminasi  
-1°6'24", 133°54'45", 1497,0m  
03/05/2024 11:17:3



OPPO Reno4 F  
2024.05.03 12:12



OPPO Reno4 F  
2024.05.03 10:5



Kegiatan FGD/ Diseminasi  
-1°6'25", 133°54'44", 1499,5m  
03/05/2024 11:43:5



Kegiatan FGD/ Diseminasi  
-1°6'24", 133°54'44", 1491,9m  
03/05/2024 11:43:3

*Dokumentasi kegiatan Desiminasi dan FGD Di Balai Kampung Syou Distrik Mokwam*

Dokumentasi Pengamatan Pemasaran Produksi Markisa Arfak



*Pengamatan pemasaran produksi markisa arfak di pasar wosi dan marketing (Manokwari City Moll)*

Dokumentasi Kegiatan mengetahui berat kilo gram markisa



Dokumentasi mengetahui berapa gram 1 buah markisa dan 1 kg berapa buah markisa

## Lampiran 5 Media Deseminasi



**MARKISA ARFAK: PERSPEKTIF POTENSI DAN PENGEMBANGAN DI KAMPUNG SYOU DISTRIK MOKWAM KABUPATEN MANOKWARI**

DISUSUN OLEH  
**MAHASISWA PENELITIAN TUGAS AKHIR POLBANGTAN MANOKWARI**

KRIS NOVER DENI WONGGOR  
06.01.20.145




**Kenapa Penelitian ini sangat penting ?  
apa Tujuan Penelitian ini??**

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui potensi budidaya tanaman dan pemasaran produksi Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari?
2. Mengetahui strategi pengembangan Markisa Arfak di Kampung Syou Distrik Mokwam Kabupaten Manokwari?



## HASIL WAWANCARA

### LUAS LAHAN YANG DIGUNAKAN UNTUK TANAM MARKISA

- Untuk Menanam Markisa Kami tidak tanam dan membudidayakan untuk jadi kami tidak tau ukuran (Luas) lahan untuk Tanam Markisa kami hanya hitung pohon mungkin 1 kebun 2-3 pohon SDH cukup
- kami hanya tanam 1 pohon saja tidak di kebun
- Luas lahan yang kami pake tanam Markisa 1 Ha
- luas lahan menyesuaikan dengan batas yang kita punya

### STATUS KEPEMILIKAN LAHAN

- Lahan atau kebun yang kami pake tanam Markisa adalah lahan milik sendiri atau lahan orang tua (lahan warisan keluarga) makanya di namakan dengan Bekas Kebun.
- tanam di lahan pekarangan Rumah jadi status nya masih lahan milik sendiri

### BERAPA JENIS MARKISA DI KAMPUNG SYOU

1. Markisa Lokal Arfak (Bambrey Nitu)
2. Markisa Kuning (Bambrey Wamena)

Jenis Markisa lokal Arfak memiliki Daun Yang Tiris dan berjan dan memiliki buah yang agak kecil dari buah markisa Kuning dan Kulitnya lebih Tebal Dan pada kulit markisa Kuning (Bambrey Wamena) dan Bambrey Nitu Markisa lokal ini Cara panennya Pun sudah Bedah Dan Bambrey Wamena Markisa Lokal Arfak dipanen dengan Cara pungut Buah matang yang sudah Jatuh di bawah pohon karena menurut Orang tua dulu dan kami bahwa yang sudah Jatuh sendiri yang lebih manis dan haroma Khasnya Kerasa Jika kami panen yang masih di pohon maka kami harus Kubur lagi di dalam Tanah Dan biarkan kurang lebih 1 Minggu untuk mengalami Proses pematangan Agar di makan Tidak asam namun manis dan Harum serta mengeluarkan Haroma Khasnya

Sedangkan Jenis Markisa kuning (Bambrey Wamena) adalah markisa kuning yang Dibawah oleh Mahasiswa Arfak yang Sekolah di Wamena Bapak Guru Musa Ulla dan Wamena dan Dikembangkan di Mokwam sejak Tahun 2001 Menurut data Dan Bapak Musa Ulla setelah bapak Musa bawah markisa Kuning ke Mokwam bapak bagi bagi biji yang sudah bapak kerigan di sana kepada Beberapa orang yang berhasil Tanam sampe berbuah pada waktu itu hanya berapa omg saja dan setelah berbuah baru burung-burung makan kus-kus makan lalu buang kotoran di mana-mana lalu markisa Kuning (Bambrey Wamena) ini berkembang sampai Di mana-mana bahkan sampe skrng di Syoubry Bambrey Wamena ini sudah tumbuh mulai dan Biempatyi, Susti, Ilimahanti, Bahamti, sampai sekarang sudah mendekati Tumtu yaitu Puncak Arfak Dan berkembang di seluruh wilayah Pegunungan Arfak Sampai markisa Lokal Arfak sudah mulai Hilang

### JUMLAH PRODUKSI PER MUSIM PANEN

Untuk Markisa lokal Arfak (Bambrey Nitu) satu kali panen hanya dapat mungkin 1 tarung atau satu kantong plastik kecil karena Buahnya tidak Banyak Bahkan pekarang sudah tidak di jual karena Pohornya pun sudah mulai Hilang sejak Adanya Markisa Kuning (Bambrey Wamena).  
Kalo markisa Kuning (Bambrey Wamena) satu Kali Panen Bisa sampai 2-3 Keranjang Namun kendalanya adalah kerusakan Produk yang terjadi pada saat panen sampai pemasaran.

### PENGETAHUAN BERBUDIDAYA MARKISA

Menurut Data Cara tanam Markisa lokal Arfak Bambrey Nitu hanya bisa tanam dari biji saja dan Bibit yang sudah tumbuh. Sedangkan Markisa kuning (Bambrey Wamena) cara tumbuhnya Bisa ditanam dari biji bisa dan bibit yang sudah tumbuh lalu di cabut, bisa juga dari tali atau Stok Batang. Sehingga perkembangan Markis kuning (Bambrey Wamena) sangat cepat dan mulai tumbuh di mana-mana dan Kus-kus dan burung-burung jga lebih suka markisa kuning dibandingkan markisa Lokal. Hanya Burung Kaka tua dan Burung Ulip saja yang suka makan sehingga buat Markisa Lokal Arfak ini sudah mulai Punah (Hilang).

### PENGERTIAN PASARAN

Menurut Data Markisa ini kami hanya jual di pasar wosi dan itu untuk Bambrey Wamena namun kalau markisa Lokal Hanya di jual pada waktu Yayasan YBBRC masih Aktif Dan Di bawah pimpinan Pak Danken karena Markisa Lokal setelah di panen langsung di antarakan ke Yayasan dan saat itu Pak Danken berani beli dengan Harga Yang baik. Setelah Ketua yayasan sudah pindah ke tangan Pak Saragi buah markisa Lokal ini harganya hancur dan beberapa Tahun kemudian Yayasannya pun tutup (mati) setelah itu kamu TDK tau lagi pasaran markisa Lokal Akhirnya kami SDH TDK tanam dan jual lagi Markisa Lokal. Sampai saat ini sudah mulai mau hilang.

### PELUANG MARKISA ARFAK

Markisa Lokal Arfak memiliki Potensi yang sangat besar Karena Memiliki Rasa yang Asam berpadu manis dan haroma yang Khas, dan sangat cocok atau diminati untuk buat Sirup Markisa. Selain dan pada itu markisa Lokal Arfak memiliki Daging dan kulit yang tebal sehingga memiliki masa Simpan yang lama dan tidak mudah pich atau rusak, dan satu lagi keunikan yang dimiliki Markisa lokal Arfak ini yaitu Dengan cara memfermentasi kan dengan cara masukan dalam Lobang Dan ditutupi dalam tanah agar lebih matang lagi dan mengeluarkan Haroma nya yang Khas

## SIYJO ACEMO 🙏



**Lampiran 6 Jadwal Kegiatan Penelitian/TA**

No.	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Seminar proposal TA	■																			
2.	Perbaikan proposal TA		■	■																	
3.	Administrasi akademik dan perijinan				■																
4.	Pelaksanaan penelitian/TA (lapangan)					■	■	■	■												
5.	Pengolahan data (lapangan)									■	■										
6.	Penyusunan laporan hasil penelitian/TA											■	■	■	■	■	■	■	■		
7.	Seminar hasil penelitian/TA																			■	
8.	Perbaikan hasil penelitian/TA																			■	
9.	Finalisasi laporan TA																			■	
10.	Ujian Komprehensif																				■

## RIWAYAT HIDUP



**KRIS NOVER DENI WONGGOR**, atau akrab dipanggil (Kiwi), nama ini biasanya mama-mama yang biasa panggil (Kris), nama ini digunakan pada umumnya (Khi), nama ini hanya orang-orang terdekat. Lahir di Piedip pada 05 November 2002. Penulis merupakan anak ke-3 (Tiga) dari Bapak Paulus Wonggor dan Ibu Berina Wonggor. Penulis Lulus pendidikan tingkat dasar pada SD YPPGI Mokwam Lulus tahun 2014. Penulis Melanjutkan Sekolah Menengah Pertama pada SMPTK Trimbay Syou lulus tahun 2017, kemudian penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas Pada SMA Negeri 1 Warmare lulus tahun 2020.

Pada tahun 2020, Penulis melanjutkan Pendidikan Diploma IV di Kampus Politeknik Polbangtan Pembangunan Manokwari (POLBANGTAN MANOKWARI) dengan jurusan Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan. (2020-2024).

Selain kuliah penulis juga mengikuti organisasi di lingkup kampus Politeknik Pembangunan Manokwari (POLBANGTAN MANOKWARI) seperti Badan pada tahun 2021 berpartisipasi mencalonkan diri sebagai calon ketua Badan Perwakilan Mahasiswa (BPM), dan akhirnya tidak terpilih namun tetap berpartisipasi sebagai anggota di komisi A kesejahteraan mahasiswa pada tahun 2021, 2022 dan pada tahun 2022 masih bergabung di organisasi yang sama namun pindah komisi ke komisi B sebagai anggota Pengawas organisasi.

Karena Kesempurnaan hanya milik sang pencipta, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai Penulisan laporan tugas akhir ini. Yang disampaikan kepada penulis melalui alam email: [Kriswongor6@gmail.com](mailto:Kriswongor6@gmail.com) atau NO.HP: 085346115172.