

**STRATEGI PEMASARAN PINANG  
DI DESA BLANG DALAM KECAMATAN MAKMUR  
KABUPATEN BIREUEN**

(Studikasu UD. Kasih Sayang Bapak Zakaria)

**Muhammad Zikri**

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

**ABSTRAK**

Penelitian ini telah dilakukan di UD.Kasih Sayang di Kecamatan Mamur Kabupaten Bireuen.Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran pinang di Gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan alasan Desa Awe Geutah Kecamatan Peusangan Siblah Krueng adalah salah satu usahatani pembibitan pala di Desa Awe Geutah Kecamatan Peusangan Siblah Krueng Kabupaten Bireuen yang telah menjalankan usahatani Pembibitan Pala dengan luas lahan 1 Ha. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada masalah Analisis Usahatani Pembibitan Pala. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan pada usahatani Pembibitan Pala di Desa Awe Geutah Kecamatan Peusangan Siblah Krueng Kabupaten Bireuen adalah sebesar Rp. 17.484.750 per periode. Total penerimaan yang diperoleh adalah sebesar Rp.60.000.000 per periode dan keuntungan yang diperoleh adalah sebesar Rp.42.515.250 per periode, yang berarti bahwa usahatani Pembibitan Pala menguntungkan. Usahatani Pembibitan Pala di Desa Awe Geutah Kecamatan Peusangan Siblah Krueng Kabupaten Bireuen memiliki angka perbandingan B/C rasio sebesar 3.4 sehingga layak untuk diusahakan.

*Kata Kunci : Usahatani Pembibitan Pala, Penerimaan, keuntungan dan kelayakan usaha B/C rasio.*

**PENDAHULUAN**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan

pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Tanaman pinang (*Areca catechu* L.) adalah salah satu jenis palma yang memiliki banyak kegunaan antara lain untuk konsumsi, bahan industri kosmetika, kesehatan, dan bahan pewarna pada industri tekstil. Tanaman ini tersebar luas di wilayah Indonesia, baik secara individu maupun populasi, dan umumnya ditanam sebagai tanaman pagar atau

pembatas kebun (Novarianto Dan Rompas, 1990).

Pinang termasuk jenis tanaman yang sudah dikenal luas di masyarakat karena secara alami penyebarannya cukup luas di berbagai daerah. Ada beberapa jenis pinang diantaranya pinang biru, pinang hutan, pinang irian, pinang kelapa, pinang sirih dan pinang merah.

Pinang merupakan salah satu komoditas hasil hutan non-kayu dari Sumatera Utara yang memiliki potensi yang cukup besar. Luas areal dan produksi pinang mengalami peningkatan dalam kurun 4 tahun terakhir (2008-2011). Luas areal mengalami peningkatan dari 4.499,20 ha menjadi 5.380,89 ha dengan laju pertumbuhan sebesar 19,59%, sedangkan produksi dari 2.783,76 ton menjadi 3.238,72 ton atau mengalami laju pertumbuhan sebesar 16,34% (BPS, 2012).

Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan pinang, permintaan untuk ekspor juga terus meningkat. Negara tujuan ekspor saat ini meliputi Pakistan, Nepal, Bangladesh, India, Singapura, dan Thailand. Indonesia menjadi produsen utama pinang dunia dengan produksi yang terus meningkat setiap tahun, dan mencapai 100.000 ton pada tahun 2006 (Miftahorrahman, 2006).

Semakin tingginya permintaan pinang, maka perlu sangat diperlukan untuk mengetahui tata niaga atau pemasaran pinang. Hal ini karena pemasaran adalah ujung tombak dari kegiatan produksi, karena penilaian terakhir dari usaha produksi diberikan oleh pembeli atau pemakai, karena itu setiap orang yang terlibat dalam organisasi, terlepas dari bobot keterlibatannya, juga terlibat dalam masalah pemasaran (Mangoensoekarjo dan Semangun, 2003).

UD.Kasih Sayang merupakan salah satu unit usaha yang menjual dan menyediakan berbagai jenis hasil pertanian yang semula berbentuk perusahaan umum yang bersertifikat dan bergerak di bidang usaha pengadaan hasil pekebunan. Untuk memproduksi hasil pekebunan unggul dilakukan di bawah Pengawas Mutu Hasil Pertanian (PMHP). Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan dan penyebaran hasil pekebunan, UD.Kasih Sayang memiliki sebuah strategi pemasaran yaitu berusaha memuaskan konsumen dari segi keunggulan produk, harga produk, maupun pendistribusian produk kepada konsumen. Di bidang keunggulan produk, UD.Kasih Sayang telah memproduksi hasil pekebunan yang telah teruji keunggulannya.

Namun demikian, jumlah usaha pemasaran pinang semakin berkembang juga akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga mempengaruhi pendapatan dari pengusaha pemasaran pinang tersebut. Sehingga pengusaha pemasaran pinang harus menciptakan hasil pinang yang dipasarkan memiliki nilai bagus dan kualitas unggul untuk menguasai pasar. Mengingat strategi pasar merupakan bagian penting dalam dunia usaha, yang memberikan pengaruh terhadap penjualan, produksi serta sistem distribusi yang dijalankan oleh pengusaha, maka perlu dilakukan analisis mendalam tentang kondisi internal dan eksternal dari usaha tersebut. Hal ini dilakukan guna merumuskan strategi yang tepat yang akan diterapkan dalam proses pemasaran pinang.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran yang tetap untuk diterapkan dalam memasarkan

pinang di gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran pinang di Gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha UD. Kasih Sayang di Kecamatan Mamur Kabupaten Bireuen. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan pertimbangan karena UD. Kasih Sayang tersebut merupakan salah satu unit usaha yang menjual berbagai jenis hasil perkebunan salah satunya adalah hasil perkebunan pinang

Ruang lingkup penelitian ini di batasi hanya melihat Strategi Pemasaran pinang di UD. Kasih Sayang Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 23 November 2018 samapai 03 Janauri 2019.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap Strategi Pemasaran Pinang di UD. Kasih Sayang Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen.

**Tabel Matrik SWOT**

<b>Faktor-Faktor Internal</b> <b>Faktor-Faktor Eksternal</b>	<b>(S) Strengths</b> <b>(Kekuatan)</b>	<b>(W) Weaknesse</b> <b>(Kelemahan)</b>
<b>(O) Opportunities</b> <b>(Kesempatan)</b>	SO : Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	WO : Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>(T) Threatss</b> <b>(Ancaman)</b>	ST : Menggunakan Kekuatan untuk mengatasi ancaman	WT : Meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

(Kurtz, 2008)

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha pemasaran pinang di gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen telah

berpotensi sejak tahun 2012 yang pertama kali diritis oleh Bapak Tgk. Zakaria secara kecil-kecilan. Pemasaran pinang yang dipasarkan ini merupakan hasil panen dari

kebun masyarakat yang ada di gampong Balang Dalam Kecamatan Makmur.

Usaha pemasaran pinang ini awalnya dirintis oleh bapak Tgk. Zakaria hanya sambilan disamping usahanya sebagai pedagang pakan ayam. Namun lama kelamaan pemasaran pinang tersebut memiliki prospek yang cukup cerah dan menjanjikan. Bapak Tgk. Zakaria dalam menjalankan usaha pemasaran pinang menggunakan modal sendiri yang berasal dari hasil penjualan tanah sawahnya. Bapak Tgk. Zakaria Menggunakan tenaga

kerja tetap sebanyak 3 orang. Namun untuk memudahkan dalam proses pengangkutan pinang dalam skala ekspor bapak Tgk. Zakaria Menambahkan tenaga kerja lepas.

Berdasarkan analisis deskriptif menggambarkan kondisi internal dan eksternal dalam strategi pemasaran pinang di Gampong Blang Dalam berdasarkan data primer (*Kuesioner*) diperoleh beberapa hal yang akan di paparkan pada tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Kondisi Faktor Internal Dan Eksternal

<b>Faktor Internal</b>			
<b>Kekuatan</b>		<b>Kelemahan</b>	
1	Tanaman pinang dapat di usahakan secara tumpangsari/polikultur	1	Kurangnya informasi pasar yang diterima oleh petani pinang
2	Pinang termasuk jenis komoditi unggulan	2	Harga pinang yang tidak stabil
3	Belum terindikasi serangan hama dan penyakit pada tanaman pinang	3	Pengelolaan pinang belum disertai dengan upaya budidaya
<b>Faktor Eksternal</b>			
<b>Peluang</b>		<b>Ancaman</b>	
1	Permintaan pasar yang terus meningkat baik dari konsumen lokal	1	Petani pinang tidak intensif pada pemeliharaan dan perawatan
2	Perkembangan IPTEKS memungkinkan untuk meningkatkan produksi pinang	2	Banyaknya usaha yang serupa
3	Memiliki pelanggan pengumpul	3	Panjangnya rantai perdagangan pinang

Sumber : Data Primer (diolah)

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa ada tiga poin pada tiap-tiap faktor. Faktor tersebut diperoleh dari hasil indentifikasi awal terhadap usaha pemasaran pinang digampong Blang Dalam. Proses indentifikasi tersebut dilakukan dengan memberikan questioner kepada responden,

guna memperoleh data yang dibutuhkan secara akurat.

Berikut penjelasan faktor internal dan eksternal dalam usaha pemasaran pinang di Gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen

1. Kekuatan

a). Tanaman pinang dapat di usahakan secara tumpangsari/polikultur

Untuk menghasilkan kualitas dan kuantitas pinang penani bisa meakukan tumpeng sari antara tanaman pinang dengan tanaman kacang-kacangan ataupun tanaman jangun, dimana saat petani meberikan pupuk kepada tanaman tumpangsari tanaman utama pinang dapat menghasilkan asupan pupuk tanpa disadari. Sehingga petani pinang bisa menghasilkan produksi yang lebih besar.

b). Pinang termasuk jenis komoditi unggul  
Pinang merupakan hasil perkebunan yang komoditinya unggul dikabupatenBireuen dengan hasil pinang yang merupakan kualitas terbaik dari beberapa kabupaten, namun sayangnya pinang dihadapi dengan masalah harga yang pinang yang tidak stabil. Namun UD. Kasih Sayang menghadapi masalah tersebut dengan menseleksipinang unggul upaya meningkatkan harga jual.

c). Belum terindikasi serangan hama dan penyakit pada tanaman pinang

Hama dan penyakit pada tanaman pinag belum begitu membahayakan tanaman tersebut hingga hasil produksi tanaman pinang masih stabil, sehingga UD Kasih Sayang masih bisa mendapatkan hasil panen dari petani tanpa haru memasuki kecamatan lain.

## 2. Kelemahan

a) Kurangnya Informasi Pasar yang diperoleh Petani Pinang

Disamping adanya kekuatan pada usaha pemasaran pinang Bapak Tgk. Zakaria, terdapat pula faktor-faktor yang menjadi kelemahan dari usaha tersebut, diataranya kurangnya informasi bagi petani terhadap cara dan proses budidaya tanaman pinang agar mendapatkan produksi yang lebih maksimal, sehingga hasil pinang yang dibelik oleh Bapak Tgk.

Zakaria tidak semuanya mendapatkan pinang yang berkualitas tinggi.

b). Harga yang tidak stabil

selanjutnya masalah yang sering dihadapi harga yang tidak stabil juga merupakan salah satu kelemahan dari usaha pemasaran pinang Bapak Tgk. Zakaria. Hal ini dikarnakan oleh pemanenan pinang di negara lain meningkat sehingga produksi melimpah, mengakibatkan permintaan pinang untuk espor menurun dan harga jual pinang relatife rendah dan daya belik dimasyarakat terhambat.

c). Pengelohan pinang belum disertai dengan upaya budidaya

Kelemahan lain yang dimiliki oleh UD. Kasih Sayang yang dimiliki oleh Bapak Tgk. Zakaria adalah terbatasnya alat untuk mengukur kadar air pada pinang, sehingga perlu dilakukan pengeringan secara tradisional dengan menjemur selama dua hari sebelum di simpang dalam gudang. Namunpinang yang dijemur akan menjadi penyusutan pada pinang tersebut dan membuat berat buah pinang menurun. Sementara itu untuk faktor eksternal terdiri atas :

### 1. Peluang

a). Permintaan pasar yang terus meningkat baik dari konsumen lokal

Saat ini permintaan pasar terus meningkat baik dari konsumen local maupun eksportir dengan banyaknya dan besarnya harga maka Bapak Saifuddin hasan harus menyediakan pinang dengan jumlah besar. Dengan banyaknya permintaan sehingga Bapak Saifuddin harus mendapatkan pinang dari kecamatan lain.

b). Perkembangan IPTEKS memungkinkan untuk meningkatkan produksi pinang.

Adapun peluang lainnya dimiliki oleh Bapak Tgk. Zakaria selaku pengusaha pinang adalah Ipteks dengan kemajuan

jaman sekarang ini Bapak Saifuddin mengharapkan kepada petani agar bisa mempelajari ilmu dan teknologi yang berkembang agar petani bisa meningkatkan produksinya, sehingga Bapak Saifuddin memperoleh hasil perkebunan pinang yang lebih bagus dan unggul.

c). Memiliki pelanggan pengumpul  
Selanjutnya peluang lain yang teridentifikasi pada usaha pemasaran pinang Bapak Tgk. Zakaria adalah adanya pedagang pengumpul yang bisa memasok hasil pertanian pinang kepada Usaha Bapak Tgk. Zakaria. Dengan hasil perkebunan pinang yang mudah diperoleh juga dapat dimanfaatkan oleh Bapak Tgk. Zakaria untuk terus melakukan peningkatan jumlah produksinya.

## 2. Ancaman

a). Petani pinang tidak intensif pada pemeliharaan dan perawatan

Kurangnya pemeliharaan dan perawatan pada tanaman pinang adalah suatu ancaman bagi Bapak Tgk. Zakaria. Dengan tidak terawatnya tanaman pinang maka produksi yang dihasilkan akan menurun, sehingga dalam pemasaran pinang Bapak Tgk. Zakaria susah dalam memperoleh hasil perkebunan pinang dan menyebabkan ekspor pinang terhambat.

b). Banyaknya usaha yang serupa

Selanjutnya ancaman yang dihadapi oleh Bapak Tgk. Zakaria selaku pengusaha Pemasaran Hasil Perkebunan Pinang adalah berdirinya usaha yang serupa. Berdirinya usaha yang serupa

adalah salah satu faktor penyebab terjadinya persaingan. Persaingan merupakan suatu bentuk usaha yang dilaksanakan supaya mendapat kemenangan atau posisi yang lebih baik tampak harus terjadi benturan fisik atau konflik. Hal ini mengharuskan Bapak Tgk. Zakaria untuk melakukan kegiatan pemasaran dengan strategi yang tepat, dengan kriteria yang berbeda dari produk pesaing lainnya.

c). Panjangnya rantai perdagangan pinang  
Ancaman lain yang dihadapi Bapak Tgk. Zakaria yaitu panjangnya rantai pemasaran dari petani pinang kepada Bapak Tgk. Zakaria. Dengan panjangnya rantai pemasaran maka secara tidak langsung hal tersebut akan menyebabkan keuntungan harga yang didapatkan oleh Bapak Tgk. Zakaria lebih sedikit.

Setelah mengetahui dan memahami apa saja yang menjadi kondisi faktor internal dan eksternal dalam strategi pemasaran pinang di Gampong Balang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen, maka tahap selanjutnya melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang sudah diidentifikasi tersebut.

Untuk menentukan suatu faktor kekuatan internal dan eksternal dapat dilakukan dengan analisa faktor kekuatan internal dan eksternal. Bobot masing-masing faktor internal dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Matrik Urgensi Faktor Internal

No	Faktor internal	Faktor yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Tanaman pinang dapat di usahakan secara tumpangsari/polikultur	X	A	B	D	A	F	2	13.3	*3
B	Pinang termasuk jenis komoditi unggulan	B	X	B	D	B	B	4	26.7	*1
C	Belum terindikasi serangan hama dan penyakit pada tanaman pinang	A	B	X	C	E	C	2	13.3	*3
D	Kurangnya informasi pasar yang diterima oleh petani pinang	D	D	C	X	D	F	3	20.0	*2
E	Harga pinang yang tidak stabil	A	B	E	D	X	E	2	13.3	*3
F	Pengelolaan pinang belum disertai dengan upaya budidaya	F	B	C	F	E	X	2	13.3	*3
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah 2019)

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata pinang termasuk jenis komoditi unggulan dengan skor 26,7% hal ini berdasarkan hasil perbandingan antara faktor internal. Perbandingan ini dilakukan dengan nalar

yang objektif. Faktor yang paling berpengaruh dilakukan dengan cara membandingkan antara faktor internal kemunidan ditabulasikan ke dalam tabel, diberikan nilai, diberikan bobot dan juga diberikan rangking.

Tabel 3. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

No	Faktor ieksternal	Faktor yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Permintaan pasar yang terus meningkat baik dari konsumen lokal	X	A	A	D	A	A	4	26.7	*1
B	Perkembangan IPTEKS memungkinkan untuk meningkatkan produksi	A	X	B	B	B	B	4	26.7	*1

C	pinang Memiliki pelanggan pengumpul Petani pinang tidak	A	B	X	C	E	C	2	13.3	*3
D	intensif pada pemeliharaan dan perawatan	D	B	C	X	D	D	3	20.0	*2
E	Banyaknya usaha yang serupa	A	B	E	D	X	F	1	6.7	*4
F	Panjangnya rantai perdagangan pinang	A	B	C	D	F	X	1	6.7	*4
								15	100	

Sumber : Data Primer (diolah 2019)

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa faktor eksternal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh permintaan pasar yang terus meningkat dan perkembangan IPTEKS memungkinkan untuk meningkatkan produksi pinang diperoleh dengan skor 26,7%. Dari hasil analisis matrik urgensi faktor internal dan eksternal, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi yang sesuai dengan hasil analisis matrik SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan pemasaran pinang di gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen. Menyusun Peta Kekuatan Internal-eksternal

Dari hasil analisis matrik SWOT maka dapat diketahui diagram posisi keuntungan organisasi berdasarkan total nilai bobot (TNB) yaitu :

Kekuatan (*Strenght*) = 4,23

Kelamahan (*Weakness*) = 2,74

Peluang (*Opportunity*) = 4,81

Ancaman (*Threat*) = 1,90

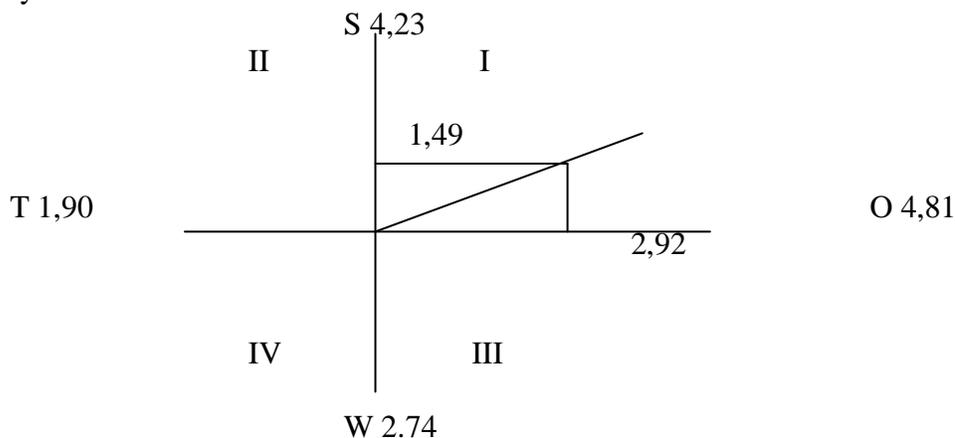
Diagram Posisi :  $S - W = 4,23 - 2,74$

= 1,49

$O - T = 4,81 -$

1,90

= 2,92



Gambar 2. Peta Kekuatan Internal-Eksternal Usaha Pemasaran Pinang

Berdasarkan peta diatas diketahui bahwa posisi perusahaan berada pada kuadrat 1 yaitu menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang artinya perusahaan memiliki kekuatan yang besar untuk meraih peluang yang sangat besar. Rekomendasi strategi yang disarankan adalah strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), artinya usaha pemasaran pinang Gampong Blang Dalam

dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih peluang secara maksimal.

Setelah ditentukan faktor-faktor keberhasilan yang paling dominan untuk ditindak lanjuti dengan cara menganalisis faktor-faktor keberhasilan dari analisis SWOT seperti pada tabel berikut :

Tabel 4. Matrik SWOT Usaha Pemasaran Pinang

<b>Faktor Internal</b>	Opportunity/peluang	Treaths/ancaman
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan pasar yang terus meningkat baik dari konsumen local</li> <li>2. Perkembangan IPTEKS memungkinkan untuk meningkatkan produksi pinang</li> <li>3. Memiliki pelanggan pengumpul</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Petani pinang tidak intensif pada pemeliharaan dan perawatan</li> <li>2. Banyaknya petani yang menanam pinang</li> <li>3. Panjangnya rantai perdagangan pinang</li> </ol>
<b>Faktor Eksternal</b>	Strategi SO	Strategi ST
<b>Strength/kekuatan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas pinang</li> <li>2. Melakukan kajian-kajian dan penelitian-penelitian terhadap aspek-aspek sosial dan ekonomi</li> <li>3. Meningkatkan nilai jual pinang</li> <li>4. Budidaya pinang agar dapat menggunakan bibit unggul</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki manajemen pascapanen agar kualitas pinang terjaga</li> <li>2. Pemberian penyuluhan kepada petani-petani tentang pemeliharaan dan perawatan pinang</li> </ol>
<b>Weakness/kelemahan</b>	Strategi WO	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya informasi pasar yang diterima oleh petani pinang</li> <li>2. Harga pinang yang tidak stabil</li> <li>3. Pengelolaan pinang belum disertai dengan upaya budidaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk kelompok tani dan koperasi desa</li> <li>2. Pengawasan terhadap sistem pemasaran pinang</li> <li>3. Peningkatan SDM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membina hubungan baik antar petani dan pengumpul</li> <li>2. Pengelolaan pinang dilakukan dengan sistem budidaya intensif</li> </ol>

Bedasarkan unsur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta menggabungkan dengan unsur peluang dan ancaman, maka ada beberapa strategi

yang dapat dilakukan dalam pengembangan dan pemasaran pinang kedepan. Strategi ini tentunya berupaya untuk mereduksi kelemahan-

kelemahan internal untuk merebut, memanfaatkan dan mengoptimalkan peluang yang ada. Strategi-strategi pengembangan prioritas (WO) yang dapat dilakukan, antara lain:

- a. Membentuk kelompok tani dan koperasi di tingkat desa untuk menghindari spekulasi harga yang dilakukan oleh para pengumpul. Kelompok tani dan koperasi ini difasilitasi oleh pemerintah daerah.
- b. Pengawasan terhadap sistem pemasaran pinang. Pengawasan ini dilakukan oleh pemerintah daerah agar tidak terjadinya monopoli dan spekulasi para pengumpul yang dapat merugikan para petani.
- c. Peningkatan SDM, pemberian penyuluhan dan bimbingan kepada petani yang dicampurtangani oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas petani. Selain strategi prioritas (WO) sesuai diagram SWOT, strategi-strategi alternatif lain (SO, ST dan WT) juga harus dilakukan. Strategi-strategi alternatif ini dilakukan bersama-sama Strategi yang dilakukan, antara lain:
  - a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas pinang, jumlah dan mutu pinang harus saling bereratan.
  - b. Melakukan kajian-kajian dan penelitian-penelitian terhadap aspek-aspek sosial, ekonomi yang bermanfaat dalam pengembangan tanaman pinang. Strategi ini dapat dilakukan dengan menyediakan dana dan mengandeng peneliti-peneliti.
  - c. Meningkatkan nilai jual pinang dengan cara melakukan

kerjasama antara petani dan pemerintah daerah.

- d. Melakukan budidaya pinang agar dapat menggunakan bibit unggul, dimana selama ini petani hanya menggunakan bibit yang sudah ada dengan menggunakan bibit unggul maka kualitas dari pinang tersebut akan mempunyai mutu yang bagus.
- e. Memperbaiki manajemen pascapanen agar kualitas pinang terjaga. Peranan pemerintah daerah pada hal ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada petani tentang pascapanen yang dapat membuat kualitas pinang tetap terjaga.
- f. Pemberian penyuluhan terhadap petani tentang pemeliharaan dan perawatan pinang, dimana diantaranya penyuluhan tentang pemberian pupuk dan pemberian peptisida apabila ada penyakit atau hama yang dapat merusak pinang tersebut.
- g. Pembinaan hubungan baik antara petani dan pengumpul. Kegiatan ini dilakukan karena kurangnya informasi pasar yang diterima petani, maka dilakukan kegiatan pembinaan hubungan baik antara petani dan pengumpul sehingga petani dapat menjual pinangnya ke pengumpul dengan harga yang sesuai

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan

sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil antara lain :

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat didefinisikan bahwa kekuatan utama adalah pinang termasuk komoditi unggulan dan kelemahan utamanya adalah Kurangnya informasi pasar yang diterima oleh petani pinang .sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal , dapat didefinisikan peluang utama adalah permintaan pasar yang terus meningkat dan perkembangan IPTEKS memungkinkan untuk meningkatkan produksi pinang dan acaman utamanya adalah Petani pinang tidak intensif pada pemeliharaan dan perawatan.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk memasarkan Pinang di Gampong Blang Dalam Kecamatan Makmur Kabupaten Bireuen adalah dengan menggunakan strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan cara menjaga kualitas pinang unggulan agar makin diminati konsumen dan mudah dipasarkan kepada agen dan eksportir.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Amal. 2010. Kepulauan Rempah-Rempah. Jakarta: Populer Gramedia.
- Hafsah. 2009. Gizi Masyarakat. PT BPK Gunung Mulia. Jakarta.
- Halimah. 2015. Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Usaha Bumbu Masak di Kota Banda Aceh. *Jurnal Universitas Syiah Kuala*. (Online) [<http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)]. Diakses
- Hambali E. 2008. Membuat Aneka Bumbu Instan Kering. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kotler. 2012. Marketing. Jilid I. Erlangga. Yogyakarta.
- Kurtz. 2008. Pengantar Bisnis (Jilid 1). Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Maya, T. Yonete. 2013. Strategi Pemasaran Produk Kecap Ikan (Studi Kasus pada UP2 KSSari Lahadi Kota Ternate). *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan Agrarian UMMU-Ternate (Volume 6 Edisi 2 (Oktober 2013))*
- Mubyarto. 2009. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi 111, LP 3S: Jakarta.
- Puspitadewi. 2008. Teori Produksi. <http://www.library.ohiou.edu>. Diakses (09 Maret 2017)
- Rangkuti. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta.
- Saidah, Z. 2012. Strategi Pemasaran Tauco Cap Biruang di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran Bandung, Indonesia*. (Sosiohumaniora, Volume 14, No. 1, Maret 2012: 24–37).
- Sianipardan Entang. 2008. Teknik-Teknik Analisis Manajemen. Bahan Ajar Diklat PIM Tingkat III
- Soekartawi. 2006. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Jakarta.
- Supranto dan Nandan. 2007. Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Swasthadan Handoko, 2010. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono. 2008. Manajemen Pelayanan Jasa. Penerbit Andi. Yogyakarta