

JAKP (J. Agribisnis. Komun. Pertan.)  
Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018  
Halaman: 89-97

P-ISSN 2622-5050  
O-ISSN 2622-6456  
DOI: <http://dx.doi.org/10.35941/akp.1.2.2018.1710.89-97>

**STRATEGI PEMASARAN SALAK PONDOH (*Sallacca zalacca*)  
DI DESA PADANG PENGRAPAT KECAMATAN TANAH GROGOT  
KABUPATEN PASER KALIMANTAN TIMUR**

*(Marketing Strategy of Salak Pondoh (*Sallacca zalacca*) in Padang Pengrapat Village  
Tanah Grogot Subdistrict Paser District East Kalimantan)*

**MUHAMMAD ABDUL AZIS JAILANI<sup>1</sup>, ACHMAD ZAINI<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan/Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman.  
Kampus Gunung Kelua, Jl. Pasir Balengkong, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia.75123.  
Kotak Pos 1040. Email: [achmad\\_zaini@faperta.unmul.ac.id](mailto:achmad_zaini@faperta.unmul.ac.id)

Manuskrip diterima: 14 Maret 2018. Revisi diterima: 5 Juni 2018.

**ABSTRAK**

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran, yang diperoleh dari identifikasi faktor internal dan eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta mengetahui alternatif strategi pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser. Penelitian dilaksanakan dari bulan Agustus sampai dengan Oktober 2017. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus dengan jumlah 30 responden. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT. Kekuatan utama adalah permodalan dan yang menjadi peluang utama adalah kemampuan memasuki pasar. Alternatif strategi yang paling tepat adalah *Strength Opportunities (SO)*. Strateginya adalah mempertahankan kualitas buah salak pondoh untuk bisa mempertahankan pelanggan dan memasuki pasar yang lebih luas, melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi yang ada, meminta bantuan pemerintah untuk meningkatkan produktifitas melalui intensifikasi lahan salak pondoh. Identifikasi faktor internal yaitu struktur permodalan, luas lahan, kualitas buah, kemampuan inovasi produk jenis perencanaan, kapasitas produksi, kemampuan perencanaan, kualitas sumber daya manusia, sarana angkutan, dan promosi. Faktor-faktor eksternal yaitu kemampuan memasuki pasar, pemanfaatan teknologi, pelanggan, birokrasi pemerintah, kebijakan tentang lingkungan kondisi ekonomi dan politik, pelanggan, pesaing, substitusi produk, dan pengaruh kenaikan harga bahan bakar minyak.

Kata kunci: Analisis SWOT, pemasaran, salak pondoh, strategi.

**ABSTRACT**

*Marketing strategy is a comprehensive plan, integrated, and unified in the field of marketing, which is obtained from the identification of internal and external factors. The aims of this research were to identify the internal and external factors and to find the alternative of marketing strategy of salak pondoh in Padang Pengrapat Village Tanah Grogot Subdistrict Paser District. Research was held from August to October 2017. The sampling method was census with 30 respondents. Data was analyzed by using SWOT analysis. The main strength is the capital and the main opportunity is the ability to enter the market. The best alternative strategy is Strength Opportunities (SO). The strategies are maintain the quality of salak pondoh fruit to be able to retain customers and develop the market, products innovation by utilizing the existing technology, request the government assistance to increase productivity through intensification of salak pondoh field. Identification of internal factors are capital structure, land area, fruit quality, product innovation of planning type, production capacity, planning capability, human resource quality, transportation, and promotion facilities. External factors are market entry ability, technology utilization, customer, government policy, policy of environmental, economic and political, customer, competitor, product substitution, and influence of fuel price increase.*

*Keywords: SWOT analysis, marketing, salak pondoh, strategy.*

## PENDAHULUAN

Kalimantan Timur memiliki curah hujan rata-rata pertahun 1500-4500 mm tahun<sup>-1</sup>, kelembaban udara 83-91%, suhu udara 20°-26°C, semua kondisi ini merupakan faktor-faktor ekologis yang baik untuk membudidayakan tanaman perkebunan khususnya tanaman hortikultura salak pondoh (Disbun, 2004). Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Paser yang menyebutkan bahwa produksi buah salak di daerah Kabupaten Paser pada tahun 2011 sebesar 95,58 ton, tahun 2012 sebesar 11,03 ton, kemudian tahun 2013 sebesar 14,75 ton, tahun 2014 sebesar 13,38 ton, sedangkan untuk tahun 2015 sebesar 9,06 ton dan terakhir tahun 2016 yaitu sebesar 8,29 ton, untuk Kecamatan Tanah Grogot produksi salak pada tahun 2011 yaitu sebesar 11,54 ton tahun<sup>-1</sup> sedangkan pada tahun 2013 yaitu 6,44 ton, tahun 2014 sebesar 5,91 ton, tahun 2015 sebesar 5,77 ton, sedangkan tahun 2016 sebesar 5,65 ton (Dinas Pertanian Kabupaten Paser, 2017).

Berdasarkan uraian di atas terdapat permasalahan yaitu penurunan hasil produksi salak pondoh dari tahun 2011–2015. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya bagian pemasaran yang kurang diperhatikan. Oleh karena itu permasalahan ini harusnya mendapat perhatian khusus dari pemerintah Kalimantan Timur. Desa Padang Pengrapat merupakan wilayah di Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser yang mengusahakan tanaman salak pondoh. Tanaman ini berasal dari Magelang dan mulai masuk di Desa Padang Pengrapat pada tahun 1994. Petani yang mengusahakan salak pondoh secara intensif yang tergabung dalam satu wadah kelompok tani berjumlah 30 orang yaitu bernama Kelompok Tani Trubus Kencana.

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang ada di pemasaran salak pondoh.
2. Mengetahui alternatif strategi pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Penelitian telah dilaksanakan selama 3 bulan terhitung mulai dari bulan Agustus-Oktober 2017 dengan lokasi penelitian di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser.

### Metode Pengambilan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan petani salak pondoh yang ada di lokasi penelitian yakni Desa Padang Pengrapat. Pengambilan data rencana akan dilakukan selama satu bulan wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Data sekunder diperoleh dari Kantor Desa Padang Pengrapat dan dinas-dinas yang terkait dengan penelitian ini di Kecamatan Tanah Grogot.

### Metode Pengambilan Sampel

Jumlah kelompok tani yang mengusahakan salak pondoh di Desa Padang Pengrapat yaitu satu kelompok tani bernama Trubus Kencana dengan jumlah anggota 30 orang, sehingga metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu metode sampling jenuh (sensus). Hal ini dilakukan jika jumlah anggota populasi relatif kecil (< 30 orang) atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil (Sugiyono, 2009).

### Metode Analisis Data

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi usaha atau merupakan analisis situasi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

- a. Analisis faktor internal
- b. Analisis faktor eksternal

c. Pembobotan

Nilai bobot yang diberikan pada setiap indikator yang dikaji dalam SWOT mempunyai tingkatan strategis yang diberikan untuk masing-masing faktor adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Bobot yang diberikan pada setiap indikator

-	Kekuatan = +100	-	Peluang = + 100
-	Kelemahan = -100	-	Ancaman = -100

d. Nilai

Nilai setiap indikator yang dikaji dalam SWOT berkala antara 1 sampai dengan tingkatan sebagai berikut.

Tabel 2. Nilai setiap indikator dalam SWOT.

Nilai	Kekuatan / Peluang	Kelemahan / Ancaman
1	Kecil Sekali	Kecil Sekali
2	Kecil	Kecil
3	Sedang	Sedang
4	Besar	Besar
5	Besar Sekali	Besar Sekali

e. Nilai tertimbang

Pemberian nilai tertimbang berdasarkan perkalian antara bobot dan nilai yang diberikan pada setiap indikator. Pemberian bobot mengacu pada Rangkuti (2002).

Faktor Internal

Kekuatan

Tabel 3. Faktor Internal indikator kekuatan

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1 Struktur permodalan	25		
2 Luas lahan	20		
3 Kualitas buah	20		
4 Kemampuan inovasi produk	15		
5 Jenis perencanaan	20		
Jumlah	100		

.. . .

Kelemahan

Tabel 4. Faktor internal indikator kelemahan

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1 Kapasitas Produksi	20		
2 Kemampuan perencanaan	15		
3 Kualitas sumber daya manusia	25		
4 Sarana angkutan	20		
5 Promosi	20		
Jumlah	100		

Faktor Eksternal

Peluang

Tabel 5. Faktor eksternal indikator peluang

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1 Kemampuan memasuki pasar/segmen pasar	30		
2 Pemanfaatan teknologi	25		
3 Pemilihan pelanggan	15		
4 Birokrasi pemerintah	20		
5 Kebijakan tentang lingkungan	10		
Jumlah	100		

Ancaman

Tabel 6. Faktor eksternal indikator ancaman

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1 Kondisi ekonomi dan politik	20		
2 Jumlah pelanggan	20		
3 Jumlah pesaing	25		
4 Substitusi produk	15		
5 Pengaruh kenaikan harga bbm	20		
Jumlah	100		

f. Matriks SWOT

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan strategi (Sumarji, 2014).

Tabel 7. Matrik SWOT

	Eksternal	Opportunities	Threat
Internal			
Strength		SO	ST
Weaknesses		WO	WT

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Identifikasi Faktor Internal**

Berdasarkan identifikasi dari kondisi internal usahatani salak pondoh di Desa Padang Pengrapat dapat diketahui informasi kekuatan dan kelemahan.

a. Kekuatan

1. Struktur permodalan

Modal awal yang dikeluarkan pada saat memulai usaha salak pondoh adalah rata-rata Rp20.000.000,00.

2. Luas lahan

Lahan yang dimiliki petani beragam mulai dari luasan sebesar 1,25 ha sampai dengan 2 ha, sedangkan lahan yang digunakan oleh petani untuk menanam salak pondoh adalah sama yaitu seluas 0,25 ha.

3. Kualitas buah

Buah salak pondoh yang dipasarkan oleh para petani memiliki kualitas yang bagus hal ini karena kebanyakan dari buah yang dipasarkan dipetik langsung oleh petani sehingga buah dalam keadaan fresh.

4. Kemampuan inovasi produk

Petani salak pondoh melakukan inovasi buah salak pondoh menjadi dodol salak pondoh, pembuatan dodol ini dilakukan di bulan-bulan tertentu ketika panen besar. Hal ini menjadi kekuatan bagi internal salak pondoh karena petani tidak hanya menjual buah salak pondoh saja akan tetapi produk olahan yaitu dodol salak pondoh.

5. Jenis perencanaan

Perencanaan usaha yang dilakukan petani salak pondoh yaitu perencanaan usaha, kemudian pengorganisasian, dan pengarahan. Perencanaan dilakukan oleh ketua kelompok tani yang kemudian di ajarkan kepada setiap anggota mulai dari perencanaan usaha yang akan dikerjakan.

b. Kelemahan

1. Kapasitas produksi

Produksi buah salak pondoh di Desa Padang Pengrapat dari tahun ke tahun tidak berubah atau cenderung menurun, hal ini juga sesuai dengan data dari Dinas Pertanian yang dituangkan pada bab pendahuluan menghasilkan 400 rumpun dalam 2,5 ha atau 4 ton dalam satu tahun, hal ini tentu akan menjadi kelemahan bagi para petani untuk mewaspadai apabila terjadi kenaikan jumlah pelanggan yang tentunya juga akan berpengaruh pada jumlah permintaan buah salak pondoh.

2. Kemampuan perencanaan

Kemampuan perencanaan menjadi kelemahan para petani dalam pengembangan salak pondoh, karena tidak semua perencanaan usaha yang sudah tersusun dengan rapi bisa dilaksanakan oleh semua anggota kelompok tani.

3. Kualitas sumber daya manusia

Responden salak pondoh memiliki tingkat pengetahuan yang masih rendah dalam pemasaran salak pondoh, dari 30 responden 4 berpendidikan SMP dan 26 responden berpendidikan SD.

4. Sarana angkutan

Angkutan yang digunakan dalam memasarkan salak pondoh yaitu menggunakan kendaraan sepeda motor, ini menjadi kendala dalam pemasaran karena adanya risiko yang lebih besar serta keterbatasan jumlah buah yang bisa dibawa disaat akan memasarkan buah salak pondoh.

5. Promosi

Promosi salak pondoh menjadi hal penting untuk memperluas jangkauan pasar, akan tetapi petani salak pondoh jarang melakukan promosi untuk salak pondoh, baik promosi yang secara lisan atau tulisan, hal ini membuat informasi tentang salak pondoh kurang dikalangan masyarakat, terlebih masyarakat di luar Kecamatan Tanah Grogot.

### Identifikasi Faktor Eksternal

Berdasarkan identifikasi dari kondisi eksternal pemasaran salak pondoh di Desa Padang pengrapa kecamatan Tanah Grogot kabupaten Paser

Tabel 8. Faktor-faktor eksternal pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser

Faktor-Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Kemampuan memasuki pasar	1. Kondisi ekonomi dan politik
2. Pemanfaatan Teknologi	2. Jumlah pelanggan
3. Pemilihan Pelanggan	3. Jumlah pesaing
4. Birokrasi Pemerintah	4. Substitusi produk
5. Kebijakan Tentang lingkungan	5. Pengaruh kenaikan harga bbm

Sumber : Data Primer (Diolah), 2017)

#### a. Peluang

##### 1. Kemampuan memasuki pasar

Petani salak pondoh sudah lebih dari 15 tahun melakukan usahatani salak pondoh sehingga masing-masing petani sudah memiliki pangsa pasar sendiri. Misalnya ada yang berjualan di rumah, kemudian ke pasar terdekat, atau ada pemesanan dari staf pemerintah setempat. Dengan pengalaman usaha selama itu para petani tentu lebih mengenal pasar yang akan dituju dan apabila petani bisa memanfaatkan pengalaman usaha yang lebih dari 15 tahun maka bisa dimanfaatkan untuk memasuki pasar-pasar baru.

##### 2. Pemanfaatan teknologi

Teknologi yang dimanfaatkan oleh para petani untuk usaha salak pondoh masih belum maksimal, hal ini bisa dilihat dari penggunaan teknologi di bidang pemasaran salak pondoh hanya pada pemesanan buah salak pondoh melalui pesan singkat (SMS) atau menggunakan panggilan suara.

##### 3. Pemilihan pelanggan

Pelanggan salak pondoh di Desa Padang Pengarapat didominasi oleh konsumen yang berada di pasar dalam kota, kemudian para petani juga memiliki pelanggan sendiri yang berasal dari tetangga sampai kenalan yang ada di luar kota. Dengan adanya banyak pelanggan seperti ini permintaan akan buah salak pondoh tidak pernah sepi.

##### 4. Birokrasi pemerintah

Pemerintah memberikan dukungan kepada para petani salak pondoh dengan cara memudahkan pendirian usaha, pengadaan bantuan seperti pupuk akan tetapi hal ini cuma diawal pembentukan saja.

##### 5. Kebijakan tentang lingkungan

Usahatani salak pondoh juga memberikan sumbangan untuk lingkungan sekitar secara rutin melalui sumbangan yang dikumpulkan oleh Kelompok Tani Trubus Kencana dan kemudian di sumbangkan dalam bentuk sapi kurban di lingkungan sekitar. Secara tidak sengaja selain menyumbangkan sapi sebagai kurban di sisi lain para petani juga sudah melakukan kegiatan promosi.

#### b. Ancaman

##### 1. Kondisi ekonomi dan politik

Kondisi ekonomi dan politik menjadi ancaman terhadap perkembangan salak pondoh, misalnya pada saat menjelang pemilihan kepala desa atau kepala daerah para politikus menjadi sangat perhatian kepada para petani yang ada di Desa Padang Pengarapat salah satunya adalah para petani salak pondoh, perhatian ini berbentuk beberapa bantuan di bidang pertanian misalnya pupuk, pelatihan SDM dan lain-lain.

##### 2. Jumlah pelanggan

Pelanggan yang dimiliki oleh para petani salak pondoh dari tahun ke tahun cenderung tidak berubah, hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Akan tetapi apabila merujuk pada nilai ekonomis, ini sama dengan tidak ada peningkatan, oleh karena itu kondisi pelanggan salak pondoh saat ini yang tidak mengalami peningkatan akan menjadi ancaman bagi kelangsungan usaha salak pondoh.

##### 3. Jumlah pesaing

Pesaing yang ada di salak pondoh kebanyakan dari dalam kota hal ini karena hanya sedikit yang mengembangkan salak pondoh ini sendiri, pesaing juga datang dari jenis salak yang berbeda yang beredar dipasaran seperti salak Bali.

##### 4. Substitusi produk

Produk substitusi seperti salak yang sejenis seperti salak Bali, salak Bali merupakan salah satu jenis salak yang juga digemari oleh masyarakat Paser.

##### 5. Pengaruh kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM).

Kenaikan harga BBM menjadi pengaruh yang serius bagi pemasaran salak pondoh.

#### Analisis Strategi

##### a. Penyusunan matriks *Internal Strategic Analysis Summary* (IFAS)

Setelah diketahui faktor-faktor internal strategi pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengarapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser, yang menjadi kekuatan dan kelemahan, maka selanjutnya dilakukan pemberian bobot dan rating terhadap

masing-masing faktor, pemberian bobot dan rating ini berfungsi untuk menyusun matriks internal faktor strategi berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Nilai tertimbang yang diperoleh dapat memberi gambaran tentang faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan utama bagi pemasaran salak pondoh. Nilai tertimbang yang diperoleh dapat memberi gambaran tentang faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan utama bagi pemasaran salak pondoh (Tabel 9).

Tabel 9. Matriks IFAS

Faktor Kunci	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
<b>Kekuatan</b>			
1 Struktur permodalan	25	3,50	87,50
2 Luas lahan	20	1,10	20
3 Kualitas buah	20	4,13	82,67
4 Kemampuan inovasi produk	15	2,73	40,50
5 Jenis perencanaan	20	3,73	74
Jumlah	100	-	304,67
<b>Kelemahan</b>			
1 Kapasitas produksi	20	2,47	50
2 Kemampuan Perencanaan	15	2,73	41,5
3 Kualitas SDM	25	2,10	53,33
4 Sarana angkutan	20	2,30	48
5 Promosi	20	3,57	73,33
Jumlah	100	-	266,16
S-W			38,51

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS yang dilakukan pada pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser yang menjadi kekuatan utama adalah permodalan dengan skor sebesar 87, modal awal yang besar akan mempengaruhi perkembangan usaha salak pondoh, apabila usaha berkembang maka dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran. Sedangkan yang menjadi kekuatan terkecil dari pemasaran salak pondoh yaitu luas lahan dengan skor 20.

b. Penyusunan matriks *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS)

Setelah diketahui faktor-faktor eksternal strategi pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser yang menjadi peluang dan

ancaman, maka selanjutnya akan dilakukan pemberian bobot dan rating terhadap masing-masing faktor. Pemberian bobot dan rating ini berfungsi untuk menyusun matriks eksternal faktor strategi berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dianggap penting. Nilai tertimbang yang diperoleh dapat memberi gambaran tentang faktor strategi yang menjadi peluang dan ancaman utama bagi pemasaran salak pondoh.

Tabel 10. Matrik EFAS

Faktor Kunci	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
<b>Peluang</b>			
1 Kemampuan memasuki pasar	30	5,00	150
2 Pemanfaatan teknologi	25	3,50	87,5
3 Pemilihan pelanggan	15	3,10	49,5
4 Birokrasi pemerintah	20	3,00	60
5 Kebijakan tentang lingkungan	10	3,63	36,3
<b>Sub Total</b>	100	-	383,3
<b>Ancaman</b>			
1 Kondisi ekonomi dan politik	20	1,00	20
2 Jumlah pelanggan	20	2,33	46,67
3 Jumlah pesaing	25	3,47	85,83
4 Substitusi produk	15	1,00	15
5 Pengaruh kenaikan harga bbm	20	3,27	66
<b>Sub Total</b>	100	-	233,5

Berdasarkan perhitungan matriks EFAS yang dilakukan pada pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser yang menjadi peluang utama adalah kemampuan memasuki pasar dengan skor 150, dengan pengalaman usaha di atas 15 tahun menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan oleh para petani yang langsung menjual buah salak pondoh ke para tetangga dan ke pasar-pasar yang ada di Kecamatan Tanah Grogot, selain itu juga pangsa pasar digital juga akan menjadi peluang cukup menjanjikan. Peluang yang paling kecil yaitu kebijakan tentang lingkungan dengan skor 36,33.

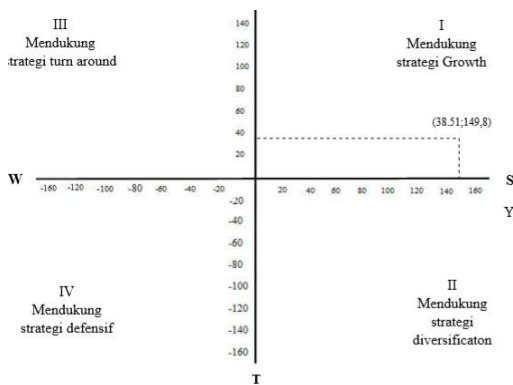
c. Penyusunan diagram analisis SWOT

Diagram analisis SWOT:

1. Kuadran I

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena dalam upaya pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser memiliki gabungan

- peluang dengan kekuatan dengan nilai tertinggi.
2. Kuadran II  
Situasi ini menghadapi pada berbagai ancaman dalam upaya pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Gogot Kabupaten Paser masih memiliki kekuatan internal.
  3. Kuadran III  
Pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Gogot Kabupaten Paser memiliki peluang yang besar, tapi disatu sisi harus dihadapkan pada kendala atau kelemahan internal.
  4. Kuadran IV  
Situasi yang dihadapi sangat tidak menguntungkan para petani salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Gogot Kabupaten Paser menghadapi berbagai ancaman dari eksternal dan kelemahan dari internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung strategi defensif.



Gambar 1. Diagram analisis SWOT.

d. Tabel matriks SWOT

Berdasarkan tabel matriks SWOT dalam pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Gogot Kabupaten Paser, ada empat alternatif strategi yang dapat dipilih yaitu:

1. Strategi SO: strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, alternatif antara lain:
  - a. Mempertahankan kualitas buah salak pondoh untuk bisa mempertahankan pelanggan dan memasuki pasar yang lebih luas mempertahankan kualitas buah salak pondoh dapat dilakukan

- oleh para petani salak pondoh dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki.
  - b. Melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Inovasi produk bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang saat ini sehingga bisa menghasilkan produk olahan.
  - c. Meminta bantuan pemerintah untuk meningkatkan produktifitas lewat intensifikasi lahan. Beberapa tahun terakhir produksi salak pondoh mengalami penurunan produktifitas, sehingga dengan meminta bantuan kepada pemerintah.
2. Strategi ST: strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, alternatifnya antara lain menjaga mutu produk untuk mempertahankan pelanggan dan mengantisipasi persaingan usaha.
  3. Strategi WO: strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, alternatifnya antara lain:
    - a. Mengajukan bantuan pemerintah untuk mengadakan pelatihan peningkatan sumber daya manusia.
    - b. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi. Kemajuan teknologi saat ini tidak bisa dipungkiri akan tetapi para petani tidak bisa memanfaatkan teknologi secara maksimal khususnya dibidang promosi, dengan memanfaatkan teknologi saat ini sebagai media promosi diharapkan bisa menjangkau pasar yang lebih luas.
  4. Strategi WT: strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, alternatifnya antara lain melakukan pengembangan produk untuk menghadapi pesaing dan produk substitusi. Membuat produk olahan yang unik dan memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.

Tabel 11. Matriks SWOT

INTERNAL	Keajaiban tentang lingkungan	narga oom
<b>Strngths</b> 1. Struktur permodalan 2. Luas lahan 3. Kualitas buah 4. Kemampuan inovasi produk 5. Jenis perencanaan	<b>Strategi SO</b> 1. Mempertahankan kualitas buah salak pondoh untuk bisa mempertahankan pelanggan dan memasuki pasar yang lebih luas 2. Melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi yang ada. 3. Meminta bantuan pemerintah untuk meningkatkan produktifitas melalui intensifikasi lahan	<b>Strategi ST</b> 1. Menjaga mutu produk untuk mempertahankan pelanggan dan mengantisipasi persaingan usaha.
<b>Weakness</b> 1. Kapasitas Produksi 2. Kemampuan perencanaan 3. Kualitas sumber daya manusia 4. Sarana angkutan 5. Promosi	<b>Strategi WO</b> 1. Mengajukan bantuan pemerintah untuk mengadakan pelatihan peningkatan SDM 2. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi	<b>Strategi WT</b> 1. Melakukan pengembangan produk untuk menghadapi pesaing dan produk substitusi

#### e. Analisis penentuan strategi

Penentuan strategi dilakukan dengan memadukan antara diagram SWOT dan matriks SWOT, yang di mana dalam gambar diagram tersebut menunjukkan kuadran yang terpilih adalah kuadran I, dalam kuadran I dijelaskan bahwa salak pondoh di Desa Padang pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser memiliki gabungan peluang dengan kekuatan dengan nilai tertinggi alternatif strategi sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas buah salak pondoh untuk bisa mempertahankan pelanggan dan memasuki pasar yang lebih luas. Para petani harus tetap mempertahankan kualitas dari buah salak.
2. Melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Inovasi produk bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang saat ini sehingga bisa menghasilkan produk.
3. Meminta bantuan pemerintah untuk meningkatkan produktifitas melalui intensifikasi lahan salak pondoh. Beberapa tahun terakhir produksi salak pondoh mengalami penurunan produktifitas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil identifikasi dan pembobotan yang telah dijabarkan dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor IFAS dalam pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser yaitu untuk faktor internal kekuatan adalah struktur permodalan, luas lahan, kualitas buah, kemampuan inovasi produk dan jenis perencanaan, sedangkan untuk faktor internal kelemahan yaitu kapasitas produksi, kemampuan perencanaan, kualitas sumberdaya manusia, sarana angkutan dan promosi. Faktor EFAS untuk faktor eksternal peluang yaitu kemampuan memasuki pasar, pemanfaatan teknologi, pemilihan pelanggan, birokrasi pemerintah dan kebijakan tentang lingkungan. Sedangkan untuk faktor eksternal ancaman yaitu kondisi ekonomi dan politik, jumlah pelanggan, jumlah pesaing, substitusi produk, dan pengaruh kenaikan harga BBM.

2. Alternatif strategi dalam dalam pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser dengan menggunakan kekuatan pemanfaatan peluang (SO) yaitu mempertahankan kualitas buah salak pondoh untuk bisa mempertahankan pelanggan dan memasuki pasar yang lebih luas, melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi yang ada, meminta bantuan pemerintah untuk meningkatkan produktifitas melalui intensifikasi lahan salak pondoh.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dikemukakan beberapa saran antara lain:

1. Para petani salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser sebaiknya tetap mempertahankan kualitas buah salak pondoh untuk mempertahankan pelanggan dan sebagai langkah untuk memasuki pasar yang lebih luas.



2. Para petani salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser sebaiknya melakukan inovasi produk dari buah salak pondoh dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang.
3. Para petani salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser sebaiknya meminta bantuan pemerintah untuk meningkatkan produktifitas buah salak pondoh.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dr. Ir. Hj. Siti Balkis, MP yang telah memberikan saran, bantuan, dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dinas Perkebunan Kaltim. 2004. Statistika Perkebunan Provinsi Kaltim Samarinda.
- Dinas Pertanian Kabupaten Paser. 2017. Produksi Buah Salak Kabupaten Paser.
- Rangkuti F. 2006. Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta, Bandung.