

STRATEGI PEMASARAN BERAS PADA “CV. BERKAT PADAELO” DI KELURAHAN BAKUNGKECAMATAN BATUI KABUPATEN BANGGAI

RICE MARKETING STRATEGY IN "CV. BERKAT PADAELO" IN BAKUNG URBAN VILLAGE, BATUI SUB-DISTRICT, BANGGAI DISTRICT

Ruslan A Zaenuddin¹, Ardiansyah¹, Ambo Abd. Kadir Pakanyamong¹, Dian Puspapratwi^{1*}, Taufik
Bidullah²

¹(Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tompotika Luwuk Banggai)

²(Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk Banggai)

*Korespondensi : dianpuspapratiwi.08@gmail.com

ABSTRACT

Efforts to maintain a competitive advantage require long-term planning. The analysis used to identify the company's strategic position in the industry, one of which uses a SWOT analysis tool. A marketing strategy is needed because of the increasingly widespread growth and increasingly fierce market competition. This situation of course forces entrepreneurs to use various methods in their marketing strategy. The objectives of this study were to determine Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats to rice marketing at CV. Berkat Padaelo in Bakung Urban Village, Batui District, Banggai Regency. Based on the results of scoring internal factors and external factors, the highest score obtained was the SO (Strengths-Opportunities) strategy of 4.6, the ST strategy (Strengths-Treats) of 3.92, the WO Strategy (Weaknesses-Opportunities) of 2.67, while the lowest is found in the WT (Weaknesses-Threats) strategy of 1.99. SO Strategy (Strengths-Opportunities) of 4.6, is a situation that is very profitable for respondents to have the strength to take advantage of existing opportunities, namely: Strategic Location, Quality Production, Modern Machine Tools, Own Capital, Farmer's Trust, Availability of raw materials, Market support, Support for cooperation with buyers, There is relatively extensive warehousing support, There is support for a skilled workforce.

Keywords: Strategy, Rice Marketing, SWOT

ABSTRAK

Usaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitif membutuhkan rencana jangka panjang. Analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi posisi strategi perusahaan dalam industri salah satunya menggunakan alat analisis SWOT. Suatu strategi pemasaran dibutuhkan karena semakin maraknya pertumbuhan dan persaingan pasar yang semakin ketat. Keadaan ini tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam strategi pemasaran mereka. Tujuan yang dicapai dari penelitian ini untuk mengetahui Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Threat*) terhadap pemasaran beras pada CV. Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui Kabupaten Banggai. Berdasarkan hasil skoring faktor internal dan faktor eksternal, perolehan nilai tertinggi terdapat pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*) sebesar 4,6, strategi ST (*Strengths-Treats*) sebesar 3,92, Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) sebesar 2,67, sedangkan yang terendah terdapat pada strategi WT (*Weaknesses- Threats*) sebesar 1,99. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) sebesar 4,6, merupakan situasi yang sangat menguntungkan responden memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu, lokasi strategis, produksi berkualitas, peralatan mesin modern, modal sendiri, kepercayaan petani, ketersediaan bahan baku, dukungan pasar, dukungan kerja sama dengan pembeli, adanya dukungan pergudangan yang relative luas, adanya dukungan tenaga kerja yang terampil.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran Beras, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia sejak dahulu dikenal sebagai negara agraris di mana mayoritas masyarakatnya bekerja pada sektor pertanian (Fadhlan Zuhdi, 2021). Sektor pertanian yang banyak di geluti oleh petani Indonesia meliputi : budidaya tanaman (termasuk tanaman pangan hortikultura, dan perkebunan). Dari sudut keilmuan, semua usaha pertanian sebenarnya memiliki dasar dasar pemikiran yang sama karena pada dasarnya usaha pertanian adalah kegiatan ekonomi yang dapat di pandang sebagai suatu sistem yang kita kenal sebagai agribisnis (Tri Haryanto, 2009).

Dalam mengembangkan pembangunan sektor pertanian di Indonesia yang menjadi subsektor yang selalu diprioritaskan dan dianggap sangat penting adalah subsektor tanaman pangan. Karena dengan adanya subsektor ini maka akan kebutuhan pangan dan sumber gizi masyarakat Indonesia

dapat terpenuhi (Yadi *et al*,2020). Kecukupan pangan (terutama beras) dengan harga yang terjangkau telah menjadi tujuan utama kebijakan pembangunan pertanian. Kekurangan pangan bias menyebabkan kerawanan ekonomi, social, dan politik yang dapat mengoyahkan stabilitas nasional (Lim S, 2010).

Beras adalah komoditas pangan utama yang memengaruhi kesejahteraan masyarakat Indonesia (Septiadi 2016).Beras termasuk ke dalambarang inelastis, yaitu berapapun hargabarang yang ditawarkan, permintaanakan barang tersebut tidak akanbanyak berubah. Karena makananpokok penduduk Indonesia adalahnasi, maka kebutuhan akan beras daritahun ke tahun terus meningkat sejalandengan meningkatnya pertumbuhanpenduduk (Marzuki dan Sawitri N, 2018). Melihat permintaan beras yang terus meningkat akan membuka peluang besar untuk pemasaran beras di Indonesia (Darsan, 2021). Sulawesi Tengah merupakan salah satu Daerah penghasil Beras di Indonesia.Produksi Beras di Sulawesi Tengah dari tahun 2012 – 2016 mengalami fluktuasi. Selama lima tahun terakhir produksi Beras di Provinsi Sulawesi Tengah rata – rata sebesar 230.142 hektar (BPS Provinsi Sulawesi Tengah, 2017). Kabupaten Banggai merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Tengah yang Wilayahnya sebagian besar berbasis pertanian Terutama di Kecamatan Batui(*Dinas TPHP Kabupaten Banggai, 202*)

Salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Batui yang melakukan usahatani padi sawah dan sebagai sentra produksi padi sawah yaitu Kelurahan Bakung yang memiliki luas panen yang cukup besar dari Desa dan Kelurahan yang lain yaitu seluas 800 Ha dengan tingkat Produksi mencapai 5.056 Ton dengan tingkat Produktivitas sebesar 6,32 Ton/Ha (BPP Kecamatan Batui Kabupaten Banggai, 2021) Pada tahun 2016-2019 Kelurahan Bakung memiliki luas lahan yang yang sama, kecuali tahun 2020 terjadi peningkatan luas lahan sebesar 800 Hadan produksi padi sawah yang fluktuatif, kecuali pada tahun 2020 terjadi peningkatan sebesar 5.056 Ton, Hal ini dikarenakan terjadi peningkatan luas lahan serta produktivitas yang fluktuatif selama tahun 2016-2020 (BPP Kecamatan Batui Kabupaten Banggai, 2021).

Hasil kegiatan produksi tersebut dipasarkan untuk konsumen wilayah Kabupaten Banggai, Kecamatan Batui. Pelaksanaan kegiatan pemasarannya tidak terlepas dari beberapa pengusaha, salah satunya CV.Berkat Padaelo. Permasalah yang dihadapi bagaimana mengetahui Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Oportunity*) ,Ancaman (*Threat*)terhadap pemasaran beraspada CV. Berkat Padaelo. Oleh karena itu dilakukan penelitian ini untuk mengetahui Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Oportunity*), Ancaman (*Threat*)terhadap pemasaran beraspada CV. Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui Kabupaten Banggai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui Kabupaten Banggai. Dilaksanakan kurang lebih 3 bulan, pada bulan Juli sampai September 2021. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) didasarkan atas potensinya yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.Penentuan sampel dilakukan dengan cara disengaja (*purposive*) pada pengusaha beras di CV. Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui Kabupaten Banggai.Adapun informan dalam penelitian ini yaitu pihak perusahaan CV. Berkat Padaelo terdiri dari 5 orang responden diantaranya Ketua (Pemilik), Sekretaris, Bendahara, Karyawan, Nasabah.

Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel yang dapat diambil antara 10 – 15% atau 20 – 25 % atau lebih (Arikunto, 2006). Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari hasil wawancara langsung dengan pelaku usaha penjualan beras dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder di peroleh dari lembaga atau instansi seperti Dinas Pertanian Kabupaten Banggai, dan BPP Kecamatan Batui Kabupaten Banggai.

Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara mengidentifikasi dan menganalisis data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai sejarah organisasi, potensi pasar, potensi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang berdaya saing.Analisis deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat darinilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maxsimium, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Gozali, 2006).Analalisis deskriptif pada variabel penelitian dilakukan

dengan cara mengkategorikan skor total dari variabel tersebut. Pengkategorian skor dari masing – masing variable skor tersebut kemudian dikelompokkan kedalam 3 kategori. Pengkategorian berdasarkan mean (M) dan standar deviasi (SD) pada variabel tersebut. Saipudin Azwar (2012) membagi kecenderungan tiap variabel menjadi 3 kategori yaitu :

1. Tinggi : $X \geq M + SD$
2. Sedang : $M - SD \leq X < M + SD$
3. Rendah : $X < M - SD$

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan

untuk merumuskan strategi organisasi (Istiqomah dan Irsad A, 2017). Sedangkan menurut David (2007), Analisis ini 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, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (strategic planner) harus menganalisis faktor faktor strategi perusahaan (kekuatan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Menurut Rangkuti (2017) setelah faktor – faktor strategi internal perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor – faktor strategi Internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness Perusahaan. Tahapannya adalah :

- a. Tentukan faktor – faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing – masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total (1,00).
- c. Hitung rating untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai angka +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. Contohnya jika kelemahan besar sekali dibandingkan dengan rata – rata industri yang nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata – rata industri, nilainya adalah 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industry yang sama.

Matriks SWOT

Matriks SWOT yaitu alat pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang digunakan berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan. Di sisi lain, pendekatan tersebut secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman bagi perusahaan (Dicki P dan Resti Y, 2020). Selain itu, matriks SWOT merupakan perangkat pencocokan yang penting untuk membantu manajer mengembangkan 4 tipe strategi yaitu S (Strength – Opportunity), strategi WO (Weakness – Opportunity), Strategi ST (Strength – Threat) dan Strategi WT (Weakness – Threat). Berikut adalah model analisis matriks SWOT (David, 2007).

- a. Strategi SO strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
- b. Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

- c. Strategi WO strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada
- d. Strategi WT strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive (pembelaan) dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang di hadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang di milikinya.

Tabel 1. Matriks Internal dan Eksternal

Faktor Internal	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESS (W)</i>
Faktor Eksternal	Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan faktor-faktor kekuatan internal
<i>OPPORTUNITY (O)</i> Tentukan faktor-faktor kekuatan eksternal	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREATS (T)</i> Tentukan faktor-faktor kekuatan eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi faktor Lingkungan Strategis

Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dalam pengembangan usahatani. Gambaran kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk pengembangan usahatani memberikan keunggulan kompetitif bagi usahatani tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh beberapa hal mengenai faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha penggilingan beras CV. Berkat Padaelodiantaranya :

Kekuatan (*Strengths*)

Gambaran kekuatan yang dimiliki usaha penggilingan beras CV. Berkat Padaeloyang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha tersebut. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki. Kekuatan yang dimiliki antara lain:

- (1) Lokasi Strategis
Lokasi usaha merupakan salah satu penunjang yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan usaha. Lokasi yang strategis apabila lokasi yang memiliki nilai guna yang tinggi serta mudah dijangkau oleh orang sehubungan dengan keberadaan kegiatan atau usaha baik dibidang ekonomi maupun sosial.
- (2) Produksi Berkualitas
Kualitas produk mengacu pada seberapa baik suatu produk memenuhi kebutuhan pelanggan, memenuhi tujuannya dan memenuhi standar industri yang ada. Produksi beras yang dihasilkan oleh usaha penggilingan yang dilakukan CV. Berkat Padaelo sangat baik dimana beras hasil gilingan kurang yang patah.
- (3) Peralatan mesin Moderen
Pelaksanaan kegiatan penggilingan beras pada CV. Berkat Padaelo telah menggunakan mesin penggiling beras sehingga dalam proses penggilingan dapat memproduksi beras gilingan hingga beberapa ton dalam sehari.

- (4) Modal sendiri.
Modal sendiri merupakan dana yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri yang bukan berasal dari orang atau pihak lain. Penggunaan dana sebagai modal usaha yang dilakukan CV.Berkat Padaelo menggunakan dana atau modal sendiri.
- (5) Kepercayaan Petani.
Membangun kepercayaan petani merupakan hal yang sangat penting terhadap peningkatan perusahaan. Hal tersebut bukanlah hal yang mudah dilakukan dimana petani terkadang sangat terpengaruh dan terlanjur percaya terhadap para pemberi pinjaman dalam proses kegiatan usahatani yang dilakukan oleh petani.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan menggambarkan hal yang tidak dimiliki usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kelemahan yang dimiliki usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo. Kelemahan yang dimiliki antara lain:

- (1) Keterbatasan pembeli
Keterbatasan pembeli sangat berpengaruh terhadap pendistribusian beras sampai ke tangan konsumen atau pembeli hal ini dapat mengakibatkan peningkatan biaya yang harus dikeluarkan selain itu sangat menjamin terjadinya resiko kerugian.
- (2) Tidak memiliki perencanaan kedepan
Tidak memiliki perencanaan kerja yang dirancang sebelum beraktivitas telah menyebabkan ketidak jelasan dalam merumuskan target, menyebabkan kekacauan dalam menentukan skala prioritas dan kehilangan menentukan arah yang jelas. Akibatnya, berjalan dalam keadaan kondisi yang tidak menyadari tingkat produktivitas atau beban-beban yang ditimbulkannya, tanpa peduli terhadap perencanaan yang sehat dan kuat dan keharusan berpindah dari quadrant “bekerja apa yang mungkin” kepada quadrant “bekerja sesuai yang harus dikerjakan”.
- (3) Perawatan mesin produksi
Keandalan mesin dan fasilitas produksi merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi kelancaran proses produksi serta produk yang dihasilkan. Sehingga perlu dilakukan suatu perencanaan perawatan dan perbaikan agar proses produksi dapat beraktivitas secara berkesinambungan. Kegiatan pelaksanaan perawatan mesin produksi oleh CV.Berkat Padaelo masih dirasakan sangat membebani dikarenakan masih tergolong mahal.
- (4) Keterbatasan modal kerja.
Modal kerja merupakan salah satu pendukung terhadap kegiatan usaha yang dilakukan. Modal kerja yang dimiliki oleh usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo hanya mengandalkan modal sendiri.
- (5) Tidak ada kerjasama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani)
Pemasok gabah dalam hal ini petani tidak memiliki keterikatan kegiatan proses penggilingan, dimana pihak pemasok gabah dapat menjual kembali hasil gilingan gabah kepada pengusaha lainnya berdasarkan kesepakatan antara pemasok gabah dalam hal ini petani dengan pihak pembeli tanda ada kesepakatan yang mengikat.

External Factor Evaluation (EFE)

Analisis lingkungan external dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam pengembangan usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo, sehingga dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dalam melakukan usaha penggilingan beras Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh gambaran tentang peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) yang dimiliki untuk pengembangan usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo antara lain:

Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan, jika usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo dapat memanfaatkannya maka akan menguntungkan bagi usaha yang dikelola. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa peluang yang dimiliki usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo Peluang yang dimiliki antara lain :

- (1) Ketersediaan bahan baku.
Adanya ketersediaan bahan baku merupakan salah satu hal yang dapat menunjang keberlangsungan proses kegiatan produksi. Kelurahan Bakung merupakan tempat kegiatan usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo merupakan sentra usahatani padi sawah sehingga bahan baku selalu tersedia
- (2) Dukungan pasar.
Pasar merupakan faktor penentu terhadap penyaluran beras dari pihak produsen sampai ketangan konsumen berdasarkan kesepakatan dan persetujuan antar kedua belah pihak. Adanya ketersediaan pasar sangat membantu pihak pengusaha penggilingan beras menyalurkan beras hasil gilingan ke tangan konsumen.
- (3) Dukungan kerja sama dengan pembeli
Adanya dukungan kerjasama dengan pembeli merupakan salah satu tersedianya pasar sehingga memudahkan pengusaha penggilingan beras menyalurkan produksinya ke tangan konsumen. Adanya kesepakatan dengan pembeli yang dilakukan oleh usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo dengan para pembeli dari Daerah setempat hingga luar Daerah
- (4) Adanya dukungan pergudangan yang relative luas.
Pergudangan merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh setiap usaha penggilingan beras guna memudahkan setiap pemasok bahan baku atau gabah untuk melakukan penggilingan beras di tempat penggilingan. Usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo memiliki gudang beras maupun gabah yang relatif besar, hal ini juga merupakan salah satu penarik minat para pemasok bahan baku untuk melakukan penggilingan beras di usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo.
- (5) Adanya dukungan tenaga kerja yang terampil.
Tenaga kerja yang terampil sangat mendukung terhadap proses produksi mulai dari proses penggilingan beras hingga proses penggudangan

Ancaman/ Tantangan (*Threats*)

Ancaman merupakan faktor yang berasal dari luar Usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo. Ancaman ini harus bisa diatasi untuk menghindari kerugian Usaha. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa peluang yang dimiliki Usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo. Peluang yang dimiliki antara lain :

- (1) Adanya usaha yang sejenis
Usaha sejenis merupakan salah satu ancaman yang terjadi pada usaha penggilingan beras. Di Kelurahan Bakung terdapat 7 usaha penggilingan beras sehingga CV.Berkat Padaelo harus bersaing dengan usaha lainnya
- (2) Tidak menentunya pasokan Gabah
Pasokan bahan baku atau gabah sangat ditentukan oleh hasil produksi dari petani setempat. Apabila adanya kegagalan panen dari petani setempat sangat mempengaruhi pasokan bahan baku hal ini dikarenakan CV.Berkat Padaelo sangat bergantung pada wilayah Kelurahan Bakung.
- (3) Petani dapat menjual beras ke pesaing
Petani dalam hal ini sebagai pemasok bahan baku gabah dapat melakukan penjualan beras hasil penggilingan kepada para pengusaha lainnya tanpa sepengetahuan dari usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo
- (4) Kemasan hanya dalam bentuk karung
Kemasan setelah proses penggilingan gabah menjadi beras oleh usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo hanya dalam bentuk karung dimana setiap karungnya berisi 50 Kg beras sedangkan di beberapa tempat menyediakan kemasan penjualan yang lebih beragam hingga 5 Kg setiap sak
- (5) Tidak ada kerjasama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani)
Tidak adanya kerjasama yang mengikat antara pemasok gabah dengan pihak pengusaha mengakibatkan terjadinya penjualan beras hasil penggilingan di jual kepada pengusaha lainnya tanpa diketahui oleh usaha penggilingan beras CV.Berkat Padaelo

Evaluasi faktor internal (IFE)

Analisis yang telah dilakukan untuk faktor-faktor internal dan eksternal dapat mengidentifikasi sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang saling berpengaruh

dan pada akhirnya dapat ditentukan titik total skor matriks IFE (Setyorini & Santoso, 2016). Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating (Astuti dan Ratnawati, 2020). Hasil evaluasi faktor internal dari responden diperoleh nilai bobot dan *rating* pada masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan. Hasil evaluasi faktor internal secara lengkap dapat dilihat pada berikut ini.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan EFE

Faktor Internal		Rating	Bobot	Skor
Kekuatan (Strengths)				
1	Lokasi Strategis	4,00	0,14	0,56
2	Produksi Berkualitas	4,00	0,14	0,56
3	Peralatan mesin Modern	4,00	0,14	0,56
4	Modal sendiri.	4,00	0,14	0,56
5	Kepercayaan Petani.	3,00	0,11	0,33
Jumlah Nilai Kekuatan		19,00	0,67	2,57
Kelemahan (Weaknesses)				
1	Keterbatasan pembeli	2,00	0,08	0,16
2	Tidak memiliki perencanaan kedepan	2,00	0,08	0,16
3	Perawatan mesin produksi	2,00	0,08	0,16
4	Keterbatasan modal kerja	2,00	0,08	0,16
Jumlah Nilai Kelemahan		8,00	0,33	0,64
Jumlah Skor IFE		27,00	1,00	3,21

Sumber :Data primer setelah di olah, 2022

Berdasarkan tabel5 diatas bahwa hasil analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), faktor kekuatan (*Strenghts*) memiliki nilai 2,57 terdiri dari :

1. Lokasi Strategis (0,56)
2. Produksi Berkualitas (0,56)
3. Peralatan mesin Modern (0,56)
4. Modal sendiri (0,56)
5. Kepercayaan Petani (0,33)

Kelemahan (*Weakness*) memiliki nilai sebesar 0,64 yang terdiri dari :

1. Keterbatasan pembeli (0,16)
2. Tidak memiliki perencanaan kedepan (0,16)
3. Perawatan mesin produksi (0,16)
4. Keterbatasan modal kerja (0,16)

Hasil Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

EFAS (*External Factors Analysis Strategic*) merupakan suatu bentuk analisis strategi dari faktor-faktor eksternal. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil perhitungan setiap rating, untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dilakukan pembobotan terhadap setiap rating maka diperoleh sebagai berikut :

Tabel 6. Penentuan Rating dan Bobot Faktor Eksternal

Faktor-faktor Eksternal		Rating	Bobot	Skor (3 x 2)
Peluang (Opportunity)				
1	Ketersediaan bahan baku.	4	0,11	0,44
2	Dukungan pasar.	3	0,09	0,27
3	Dukungan kerja sama dengan pembeli.	4	0,11	0,44
4	Adanya dukungan pergudangan yang relative luas.	4	0,11	0,44
5	Adanya dukungan tenaga kerja yang terampil.	4	0,11	0,44

Sub Total		19	0,54	2,03
Ancaman (Threats)				
1	Adanya usaha yang sejenis	3	0,09	0,27
2	Tidak menentunya pasokan Gabah	3	0,09	0,27
3	Petani dapat menjual beras ke pesaing	3	0,09	0,27
4	Kemasan hanya dalam bentuk karung.	3	0,09	0,27
5	Tidak ada kerjasama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani)	3	0,09	0,27
Sub Total		15	0,45	1,35
T o t a l		34	1,00	3,38

Sumber :Data primer setelah di olah, 2022

Berdasarkan tabel 6 diatas bahwa hasil analisis *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS), terlihat faktor Peluang (*Opportunities*)memiliki pengaruh atau tingkat kepentingan relatif tertinggi dengan nilai sebesar 2,03 terdiri dari :

1. Ketersediaan bahan baku (0,44)
2. Dukungan pasar (0,27)
3. Dukungan kerjasama dengan pembeli (0,44)
4. Adanya dukungan pergudangan yang relatif luas (0,44)
5. Adanya dukungan tenaga kerja yang terampil (0,44)

Ancaman (*Threats*)memiliki nilai sebesar 1,35 terdiri dari :

1. Adanya usaha yang sejenis (0,27)
2. Tidak menentunya pasokan gabah (0,27)
3. Petani dapat enjual beras kepesaing (0,27)
4. Kemasan hanya dalam bentuk karung (0,27)
5. Tidak ada kerjasama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani) (0,27)

Alternatif StrategiPemasaran Beras CV. Berkat Padaelo

Perumusan alternatif strategi dengan analisis SWOT dengan melakukan penggabungan antara kedua faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Berikut hasil analisis matriks SWOT.

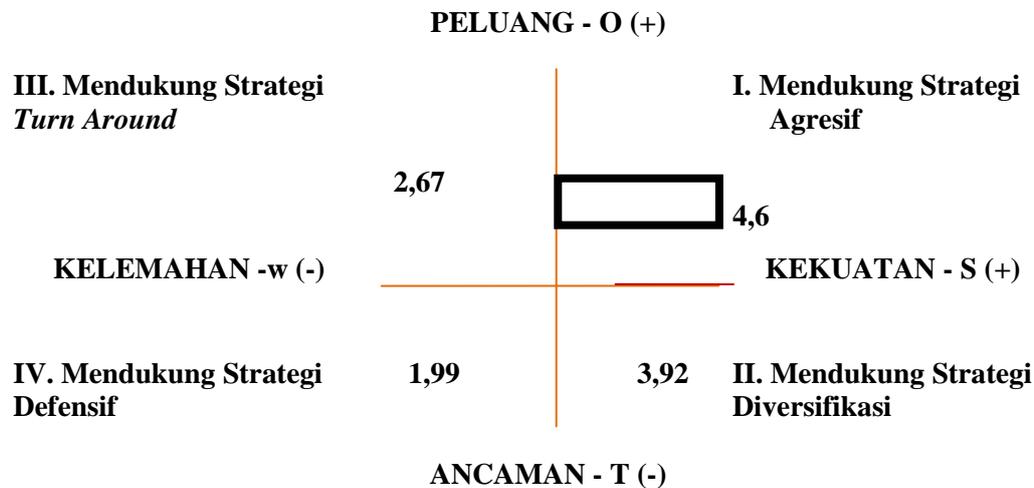
Tabel 7 . Hasil Skor Faktor Internal dan Faktor Eksternal

EFAS	IFAS	
	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi (SO) $2,57 + 2,03 = 4,6$	Strategi (WO) $0,64 + 2,03 = 2,67$
Ancaman (<i>Threats</i>)	Startegi (ST) $2,57 + 1,35 = 3,92$	Strategi (WT) $0,64 + 1,35 = 1,99$
Faktor Kekuatan (<i>Strengths</i>)		2,57
Faktor Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)		0,64
Faktor Peluang (<i>Opportunities</i>)		2,03
Faktor Ancaman (<i>Threats</i>)		1,35

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas maka hasil skoring faktor internal dan faktor eksternal, perolehan nilai tertinggi terdapat pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*) sebesar 4,6, strategi ST (*Sternghs-Treats*) sebesar 3,92, StrategiWO (*Weaknesses-Opportunities*) sebesar 2,67, sedangkan yang terendah terdapat pada strategi WT (*Weaknesses- Threats*) sebesar 1,99, dengan mengetahui hasil skoring faktor internal dan faktor eksternal dapat diketahui posisi yang diformulasikan kedalam diagram SWOT.

Berdasarkan hasil skor faktor internal dan faktor eksternal maka untuk mengetahui hasil skoring faktor internal dan faktor eksternal dapat diketahui posisi yang diformulasikan kedalam diagram SWOT pada Gambar berikut :



Gambar 2. Diagram analisis SWOT Strategi pemasaran beras pada CV Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui, 2022

Berdasarkan Diagram analisis SWOT Strategi pemasaran beras pada CV Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui, 2022 maka diperoleh :

- Kuadran I. Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, petani responden memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, pada kuadran ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Strategi yang diterapkan pada kondisi seperti ini adalah dengan memanfaatkan lokasi strategis (1), produksi berkualitas (2), peralatan mesin moderen (3), modal sendiri (4), kepercayaan petani (5), ketersediaan bahan baku (6), dukungan pasar (7), dukungan kerjasama dengan pembeli (8), adanya dukungan pergudangan yang relatif luas (9) adanya dukungan tenaga kerja yang terampil (10).
- kuadran II. Pada situasi ini menghadapi petani pada ancaman tetapi petani masih memiliki kekuatan internal, strategi yang diterapkan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan lokasi strategis (1), produksi berkualitas (2), peralatan mesin moderen (3), modal sendiri (4), kepercayaan petani (5), adanya usaha sejenis (6), tidak menentunya pasokan gabah (7), petani dapat menjual beras ke pesaing (8), kemasan hanya dalam bentuk karung (9) tidak ada kerja sama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani) (10).
- kuadran III. Petani menghadapi peluang yang sangat besar tetapi dilain pihak petani masih menghadapi kendala dan kelemahan internal. Strategi yang dilakukan adalah keterbatasan pembeli (1), tidak memiliki perencanaan kedepan (2), perawatan mesin produksi (3), keterbatasan modal kerja (4), ketersediaan bahan baku (5), dukungan pasar (6), dukungan kerjasama dengan pembeli (7), adanya dukungan pergudangan yang relatif luas (8) adanya dukungan tenaga kerja yang terampil (9).
- kuadran IV. Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan yaitu menghadapi ancaman dan mempunyai banyak kelemahan. Strategi yang dilakukan pada kondisi ini adalah mengupayakan Adanya keterbatasan pembeli (1), tidak memiliki perencanaan kedepan (2), perawatan mesin produksi (3), keterbatasan modal kerja (4) adanya usaha sejenis (5), tidak menentunya pasokan gabah (6), petani dapat menjual beras ke pesaing (7), kemasan hanya dalam bentuk karung (8) tidak ada kerja sama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani) (9).

Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS serta diagram analisis SWOT, maka dapat dirumuskan asumsi-asumsi strategis. Adapun rumusan asumsi-asumsi strategi dapat dilihat pada Tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8. Matriks SWOT dalam perumusan alternatif strategi pemasaran beras pada CV.Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui, 2022

IFE EFE	Kekuatan <i>(Strengths) = S</i>	Kelemahan <i>(Weaknesses) = W</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Strategis 2. Produksi Berkualitas 3. Peralatan mesin Modern 4. Modal sendiri. 5. Kepercayaan Petani. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan pembeli 2. Tidak memiliki perencanaan kedepan 3. Perawatan mesin produksi 4. Keterbatasan modal kerja.
Peluang <i>(Opportunities) = O</i>	Strategi S – O	Strategi W – O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku. 2. Dukungan pasar. 3. Dukungan kerja sama dengan pembeli. 4. Adanya dukungan pergudangan yang relative luas. 5. Adanya dukungan tenaga kerja yang terampil. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan lokasi yang strategis guna menguatkan dukungan pasar dan kerjasama dengan pembeli (S1,O2,O3) 2. Meningkatkan kualitas produk dengan memanfaatkan adanya ketersediaan bahan baku dan dukungan pergudangan yang luas serta adanya tenaga kerja yang terampil (S2,O1,O4,O5) 3. Memanfaatkan peralatan mesin moderen dan modal yang ada dengan adanya dukungan tenaga kerja yang trampil (S3,S4,O5) 4. Memanfaatkan kepercayaan petani guna pemenuhan ketersediaan bahan baku (S5,O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengupayakan dan memaksimalkan pembeli dengan memanfaatkan adanya dukungan pasar dan kerjasama dengan pembeli (W1,O2,O3) 2. Mengupayakan perencanaan kedepan guna pemenuhan bahan baku dan menciptakan dukungan pasar serta kerjasama dengan pembeli (W2,O1,O2,O3) 3. Mengupayakan perawatan mesin sehingga dapat berproduksi secara maksimal dengan memanfaatkan adanya dukungan pergudangan dan tenaga kerja yang terampil (W3,O4,O5) 4. Mengupayakan peningkatan modal kerja guna peningkatan dukungan tenaga kerja yang terampil (W4,O5)
Ancaman <i>(Threats) = T</i>	Strategi S – T	Strategi W – T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya usaha yang sejenis 2. Tidak menentunya pasokan Gabah 3. Petani dapat menjual beras ke pesaing 	<p>Memanfaatkan potensi yang ada guna pemenuhan pasar dan meminimalisir resiko dari ancaman yang ada</p>	<p>Mengupayakan perencanaan dan mengoptilkan modal kerja guna mengatasi masalah dan ancaman yang ada</p>

4. Kemasan hanya dalam bentuk karung.	(S1,S2,S3,S4,S5,T1,T2,T3,T4,T5)	(W2,W4,T1,T2,T3,T4,T5)
5. Tidak ada kerjasama yang mengikat dengan pemasok gabah (petani)		

Sumber : *Data Primer Setelah Diolah, 2022.*

Hasil analisis matriks SWOT diperoleh alternatif strategi pemasaran beras pada usaha penggilingan beras CV Berkat Padaelo di Kelurahan Bakung Kecamatan Batui Kabupaten Banggai sebagai berikut:

Strategi S-O

Penggabungan/pencocokan antara faktor internal dengan faktor eksternal dengan cara menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dengan alternatif strategi yaitu :

- 1) Memanfaatkan lokasi yang strategis guna menguatkan dukungan pasar dan kerjasama dengan pembeli (S1,O2,O3)
- 2) Meningkatkan kualitas produk dengan memanfaatkan adanya ketersediaan bahan baku dan dukungan pergudangan yang luas serta adanya tenaga kerja yang terampil (S2,O1,O4,O5)
- 3) Memanfaatkan peralatan mesin moderen dan modal yang ada dengan adanya dukungan tenaga kerja yang terampil (S3,S4,O5)
- 4) Memanfaatkan kepercayaan petani guna pemenuhan ketersediaan bahan baku (S5,O1)

Strategi S-T

Memadukan dan mengkombinasikan faktor internal dengan faktor eksternal dengan cara menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dengan alternatif strategi yaitu memanfaatkan potensi yang ada guna pemenuhan pasar dan meminimalisir resiko dari ancaman yang ada (S1,S2,S3,S4,S5,T1,T2,T3,T4,T5)

Strategi W-O

Penggabungan/kombinasi antara faktor internal dengan faktor eksternal dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, dengan alternatif strategi sebagai berikut:

- 1) Mengupayakan dan memaksimalkan pembeli dengan memanfaatkan adanya dukungan pasar dan kerjasama dengan pembeli (W1,O2,O3)
- 2) Mengupayakan perencanaan kedepan guna pemenuhan bahan baku dan menciptakan dukungan pasar serta kerjasama dengan pembeli (W2,O1,O2,O3)
- 3) Mengupayakan perawatan mesin sehingga dapat berproduksi secara maksimal dengan memanfaatkan adanya dukungan pergudangan dan tenaga kerja yang terampil (W3,O4,O5)
- 4) Mengupayakan peningkatan modal kerja guna peningkatan dukungan tenaga kerja yang terampil (W4,O5)

Strategi W-T

Penggabungan/kombinasi antara faktor internal dengan faktor eksternal dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman, dengan alternatif strategi adalah mengupayakan perencanaan dan mengoptimalkan modal kerja guna mengatasi masalah dan ancaman yang ada (W2,W4,T1,T2,T3,T4,T5).

Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan hasil yang sejalan dengan analisis yang dilakukan beberapa peneliti sebelumnya seperti (Efandri Agustian, dkk, 2020), (Arie Wicaksono, 2018), (Annisa M dan Shinta R, 2020) yang menyatakan bahwa hasil analisis SWOT yang menunjukkan bahwa jumlah nilai rata-rata dari hasil analisis pada titik Kuadran I, hal tersebut merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi perusahaan karena memiliki peluang dan kekuatan yang sangat baik berdasarkan hasil uji analisis yang telah dilakukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan hasil analisis data penelitian serta pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa strategi SO (*Strengths-Opportunities*) sebesar 4,6 yang berada pada kuadran I, merupakan situasi yang sangat menguntungkan responden memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, yaitu : Lokasi Strategis, Produksi Berkualitas, Peralatan mesin Modern, Modal sendiri, Kepercayaan Petani, Ketersediaan bahan baku, Dukungan pasar, Dukungan kerja sama dengan pembeli, Adanya dukungan pergudangan yang relative luas, Adanya dukungan tenaga kerja yang terampil.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Renika Cipta. Jakarta
- Arie, Wicaksono. (2018). Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 1(2).
- Astuti Anissa Mayang Indri dan Ratnawati Shinta. 2020. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2): 58-70.
- Azwar, Saifudin. 2012. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Liberty.
- BPS, 2017. *Sulawesi Tengah Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistika Sulawesi Tengah, 2012-2016.
- [BPP]Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Batui Kabupaten Banggai. 2021
- [BPS]Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah. 2017
- Darsan & Moh Yusuf Dawud, 2021. Strategi Pemasaran Beras Pada Agroindustri Di Kabupaten Bojonegoro. *Journal Viabel Pertanian*, 15(1):65-71.
- David, R. Fread,. 2007. *Manajemen Strategi*, Edisi 12. Jakarta : Salemba Empat.
- Dicki P dan Resti Y. 2020. Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2):224-240.
- Effandri, Agustian, dkk. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains*. ISSN 2541-6243
- Fadhlan, Zuhdi. 2021. Peranan Sektor Pertanian Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(1):274-285.
- Gozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, Tri. 2009. *Ekonomi Pertanian*. Surabaya. Airlangga University Press.
- Istiqomah dan Irsad, A. 2017. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan manajemen Islam*, 5(2): 363-382.
- Lim S. 2010. Analisis Produksi Beras di Indonesia. *Binus Bussines Review* 1(1): 245-251.
- Marzuki dan Sawitri, N. 2018. Strategi Pemasaran Beras Kelurahan Kota Baru Reteh Kecamatan Keritang (studi kasus Penggilingan Jaya Bakti), *Jurnal Agribisnis Unisi*, 7(2): 12-24.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Septiadi, D., & Joka, U. (2019). Analisis Respon dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*, 4(3).
- Setyorini, H. & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno-Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
- [TPHP]Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Kabupaten Banggai. 2021
- Yadi, S., Budi, S., & Sudrajat. (2020). Analisis Saluran Pemasaran Padi Organik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(2), 71-77.