

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMASARAN
CENGKEH (*Syzigium Aromaticum*) DI DESA ONANG UTARA KECAMATAN TUBO
SENDANA KABUPATEN MAJENE**

ahmad¹, muh sabir laba² indahramayani³

**Agribisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar, Institut
Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar**

**Email : ahmaddian214@gmail.com sabirlaba@itbmpolman.ac.id
indahramayani@itbmpolman.ac.id**

ABSTRAK

Indonesia adalah merupakan sebuah negara dengan kekayaan alam yang melimpah. Kekayaan alam tersebut baik dalam perut bumi maupun dari luar perut bumi. Beberapa kekayaan dari dalam perut bumi misalnya gas maupun minyak serta bahan tambang lain. Untuk hasil alam dari luar perut bumi misalnya rotan, kayu, buah, serta, bunga. Cengkeh adalah tumbuhan asli Maluku, Indonesia. Cengkeh dikenal dengan nama latin *Syzygium aromaticum* atau *Eugeni aromaticum*. Tanaman asli Indonesia ini tergolong ke dalam keluarga tanaman Myrtaceae. Produksi cengkeh di Kabupaten Majene berdasar luas panen cengkeh sekitar 392 ha, dan di dapatkan produksi cengkeh sekitar 236 ton. Wilayah yang menjadi potensi pengembangan komoditi cengkeh di Sulawesi Barat salah satunya Kecamatan Tubo Sendana. Kecamatan Tubo Sendana merupakan wilayah yang memiliki potensi pengembangan komoditi cengkeh tepatnya di Desa Onang utara. didukung oleh kondisi alam, iklim dan topografi yang mendukung, secara geografis ditandai oleh jajaran pengunungan dan hamparan laut. Kondisi topografi tersebut sangat potensial membudidayakan tanaman cengkeh.

Tujuan penelitian adalah Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Cengkeh di desa onang metode penelitian menggunakan pengamatan di lokasi penelitian dan mewawancarai petani cengkeh analisis yang di gunakan adalah Metode Analisis Data SWOT untuk melihat ancaman dan peluang dalam pengambilan keputusan yang strategis melalui matriks faktor strategi internal dan eksternal hasil penelitian 1. Adanya kebijakan pemerintah Kabupaten Majene untuk meningkatkan produksi cengkeh, Memaksimalkan pemanfaatan lahan yang sesuai melalui kegiatan intensifikasi, ekstensifikasi dan rehabilitasi sebagai upaya dalam meningkatkan produksi cengkeh untuk memenuhi permodalan pasar di dalam negeri dan luar negeri. Karena perhitungan bobot dan rating IFAS dan EFAS dapat dilihat hasil dari perhitungan bobot dan rating , faktor internal lebih tinggi dari pada faktor eksternal dengan jumlah skor bobot faktor internal sebanyak 3,13 sedangkan jumlah skor bobot faktor eksternal sebanyak 2,88. Adapun perhitungan Efas matriks swot kuadran 1 SW di peroleh angka 1,94 dan 1,19 sedangkan kuadran 2 TO di peroleh angka 0,72 dan 2,16.

Kata Kunci : kabupaten mamuju, produksi cengkeh, Pendapatan petani cengkeh

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia adalah merupakan sebuah negara dengan kekayaan alam yang melimpah. Kekayaan alam tersebut baik dalam perut bumi maupun dari luar perut bumi. Beberapa kekayaan dari dalam perut bumi misalnya gas maupun minyak serta bahan tambang lain. Untuk hasil alam dari luar perut bumi misalnya rotan, kayu, buah, serta, bunga.

Sub sektor perkebunan merupakan sub sektor yang cukup potensial dalam perekonomian indonesia guna meningkatkan devisa negara, pemenuhan bahan baku, penyediaan lapangan kerja serta pelestarian sumberdaya alam. Pembangunan sub sektor perkebunan sebagai suatu penghasil devisa negara yang tidak kalah pentingnya adalah komoditi cengkeh. Cengkeh merupakan salah satu tanaman perkebunan yang penting karena cengkeh banyak dimanfaatkan misalnya sebagai bumbu makanan dan minuman, bahan farmasi serta digunakan sebagai bahan kosmetik. Selain itu, cengkeh juga merupakan bahan baku pembuatan rokok yang dihasilkan oleh industri rokok dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat.

Cengkeh adalah tumbuhan asli Maluku, Indonesia. Cengkeh dikenal dengan nama latin *Syzygium aromaticum* atau *Eugeni aromaticum*. Tanaman asli Indonesia ini tergolong ke dalam keluarga tanaman *Myrtaceae*.

Sampai saat ini, sebagian besar kebutuhan cengkeh dunia (80%) dipasok oleh Indonesia. Cengkeh termasuk jenis tumbuhan perdu yang dapat memiliki batang pohon besar dan berkayu keras, cengkeh mampu bertahan hidup puluhan bahkan sampai ratusan tahun, umumnya cengkeh pertama kali berbuah pada umur

4-7 tahun. Tumbuhan cengkeh akan tumbuh dengan baik apabila cukup air dan mendapat sinar matahari langsung. Di Indonesia, cengkeh cocok ditanam baik di daerah daratan rendah dekat pantai maupun di pegunungan pada ketinggian 900 meter di atas permukaan laut.

Potensi pengembangan komoditas perkebunan cengkeh di Provinsi Sulawesi Barat terdapat di dataran rendah (<700 m dpl) dan tanahnya bereaksi masam sampai agak masam (pH <6,0) seluas 205.908 ha yang terdiri atas lahan sangat sesuai (S1) seluas 43.172 ha, tersebar di Kabupaten Mamasa, Mamuju, Mamuju Tengah, Majene dan Polewali Mandar; lahan cukup sesuai (S2) seluas 128.120 ha, hampir di setiap kabupaten pada Provinsi Sulawesi Barat; lahan sesuai marjinal (S3) seluas 34.616 ha, tersebar di setiap kabupaten pada Provinsi Sulawesi Barat Kecuali Kabupaten Mamasa, (Kementrian Pertanian 2015).

Produksi cengkeh di Sulawesi Barat berdasarkan luas panen cengkeh sekitar 1454 ha, dan di dapatkan produksi cengkeh sekitar 580. (BPS. Statistik Sulawesi Barat).

Produksi cengkeh di Kabupaten Majene berdasar luas panen cengkeh sekitar 392 ha, dan di dapatkan produksi cengkeh sekitar 236 ton. Wilayah yang menjadi potensi pengembangan komoditi cengkeh di Sulawesi Barat salah satunya Kecamatan Tubo Sendana.

Kecamatan Tubo Sendana merupakan wilayah yang memiliki potensi pengembangan komoditi cengkeh tepatnya di Desa Onang utara. didukung oleh kondisi alam, iklim dan topografi yang mendukung, secara geografis ditandai oleh jajaran pegunungan dan hamparan laut. Kondisi topografi tersebut sangat potensial membudidayakan tanaman cengkeh.

Sehubungan dengan hal diatas, Maka peneliti tertarik untuk melakukan

suatu penelitian dengan judul “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana ”

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif. Lokasi penelitian di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu wilayah yang menjadi potensi pengembangan komoditi cengkeh dengan lahan sangat sesuai (S1). Waktu penelitian yang digunakan yaitu selama 2 bulan pada tahun 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani cengkeh yang berada di Desa Onang Utara yang berjumlah 115 petani cengkeh. Pengambilan sampel sebesar 20% dari populasi (115) sehingga didapatkan sampel sebanyak 23 sebagai responden.

Informasi pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari petani cengkeh melalui pengamatan dengan membuat daftar pertanyaan kemudian diberikan kepada masyarakat berdasarkan jumlah sampel dan data sekunder yang diperoleh dari instansi-instansi terkait.

ANALISIS DATA

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran cengkeh di Desa Onang, dilakukan analisis data dengan menggunakan Metode Analisis Data SWOT untuk melihat ancaman dan peluang dalam pengambilan keputusan yang strategis melalui matriks faktor strategi internal dan eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Faktor internal

Faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi pemasaran cengkeh.

1. Sumber daya alam

Sumber daya alam yang dimaksud adalah kebun cengkeh yang dimiliki oleh petani berada pada lahan dengan kondisi iklim yang sangat sesuai dengan syarat tumbuh tanaman cengkeh dengan kondisi alam yang sesuai bagi pertumbuhan tanaman cengkeh maka di harapkan produksi yang dihasilkan dapat melimpah sehingga pendapatan petani semakin meningkat.

Salah satu program yang dilaksanakan pemerintah Kabupaten Majene yang berhubungan dengan komoditas tanaman cengkeh adalah program peningkatan produksi, produktivitas dan mutu produk perkebunan melalui kegiatan Intensifikasi, Eksentifikasi, Rehabilitasi.

2. Kelembagaan petani

Kelompok petani yang ada merupakan lembaga yang dimiliki petani yang berfungsi sebagai wahana belajar untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani. Kelompok tani yang ada masih sangat lemah sehingga peran penyuluh dalam membimbing dan mendampingi kelompok tani sangat diperlukan.

3. Program pemerintah

Untuk meningkatkan produksi pertanian, pemerintah terus mencari terobosan-terobosan baru yang dapat meningkatkan produksi dan produktivitas hasil pertanian.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman dalam pengembangan pemasaran tanaman cengkeh.

1. Standar mutu produk

Standar mutu produk memegang peranan penting dalam pemasaran komoditas cengkeh karena cengkeh selain merupakan bahan baku yang dibutuhkan dalam industri pengolahan cengkeh dalam negeri juga merupakan komoditas ekspor. Sebagai bahan baku industri cengkeh yang dibutuhkan dalam negeri harus sesuai mutunya dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) dan juga harus sesuai standar yang dibutuhkan bagi konsumen dari luar negeri, jika tidak demikian maka produk cengkeh yang dihasilkan oleh petani nilai jualnya rendah sehingga petani tidak akan dapat memperoleh pendapatan maksimal.

2. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia yang dimaksud adalah para petani yang melaksanakan usahatani cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene.

Rendahnya kualitas sumber daya manusia merupakan kendala yang serius dalam pembangunan pertanian termasuk dalam hal pemasaran produk usahatani. Ketertinggalan petani dalam hal pendidikan yang berujung pada rendahnya pengetahuan dan keterampilan yang mereka miliki dapat diatasi dengan jalan memberdayakan petani melalui kegiatan pelatihan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap khususnya dalam hal meningkatkan budidaya tanaman di pemasaran hasil produk pertanian.

3. Kondisi Lahan

Kondisi lahan atau kebun cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene sebagian besar sudah berumur tua, sehingga kondisi seperti ini tanaman cengkeh tidak mampu lagi memproduksi secara maksimal walaupun dilakukan pemeliharaan sesuai dengan teknis budidaya. Untuk mengatasi permasalahan seperti ini, maka perlu dilakukan peremajaan terhadap tanaman cengkeh yang berumur tua dengan cara mengganti tanaman tua dengan tanaman baru.

Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal maka dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap pemasaran cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene. Adapun faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada Tabel 13 berikut :

Tabel 13. Faktor Internal, Kekuatan dan Kelemahan

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Sumber daya alam	Lahan yang subur membuat pembeli yakin dengan ketersediaan cengkeh untuk pasar global	Mutu produk cengkeh yang dihasilkan oleh petani rendah
Pedagang produk cengkeh	Adanya pedagang pengumpul besar	Harga disetiap pedagang pengumpul tidak merata
Program pemerintah	Adanya kebijakan pemerintah untuk meningkatkan produksi cengkeh	Sebagian besar tanaman cengkeh berumur tua
Standar mutu produk	Tinggi permintaan bahan baku berupa cengkeh yang bermutu bagi industry cengkeh dalam negeri dan	Adanya persaingan pasar internasional yang sangat tinggi termasuk pemberlakuan

	luar negeri	pasar bebas
Sumber daya manusia	Memfaatkan dan meningkatkan pengetahuan mengenai perkembangan teknologi dan informasi	Asosiasi Petani Cengkeh Indonesia (APCI) belum terbentuk di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo, Sendana Kabupaten Majene
Kondisi Lahan	Berkembangnya aneka ragam agroindustri yang bahan utamanya bersal dari produk cengkeh	Belum adanya kepastian harga produk cengkeh, adanya fluktuasi harga

Sumber : Data primer setelah diolah, 2020

Alternatif Strategi

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam pemasaran cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene, di gunakan Analisis Matrix SWOT. Matrix SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan yang mempengaruhi pemasaran cengkeh. Matrix ini menghasikan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T,

dan strategi S-T.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mempengaruhi pemasaran cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat mempengaruhi, antara lain :

- a. Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan, peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S- O yang dapat dirumuskan adalah :
- 1) Memaksimalkan pemanfaatan lahan yang sesuai melalui kegiatan intensifikasi, ekstensifikasi, rehabilitasi, dan diversifikasi sebagai upaya dalam meningkatkan produksi cengkeh untuk memenuhi kebutuhan bahan baku atas perkembangan aneka ragam agroindustri cengkeh di dalam negeri dan luar negeri.
 - 2) Dengan teknologi dan informasi pertumbuhan dan kualitas tananaman cengkeh mampu menembus pasar luas
- b. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan, peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :
- 1) Melakukan peremajaan tanaman cengkeh dengan cara mengganti tanaman tua dengan tanaman baru, dan menggunakan bahan tanaman unggul.
 - 2) Merupakan sistem standar produk untuk menjamin kualitas atau mutu hasil produk cengkeh sehingga mampu bersaing dengan produk cengkeh

yang dihasilkan oleh produsen yang ada ditempat lainnya.

- c. Strategi W-T (*Weakness-Threat*) atau strategi kelemahan, ancaman adalah strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan adalah :
- 1) Memperkuat kelembagaan petani berupa kelompok tani agar supaya petani melaksanakan usaha tani cengkeh secara efektif dan efisien sehingga dapat memperoleh pendapatan yang lebih baik dan mereka tidak akan tertarik untuk mengganti tanaman cengkeh dengan komoditaslain.
 - 2) Menata regulasi mengenai produk cengkeh untuk memungkinkan petani dapat memproduksi cengkeh yang bermutu tinggi sesuai kebutuhan pasar nasional dan internasional, seperti peraturan mengenai tataniaga cengkeh yang bermutu jelek atau tidak baik.
- d. Strategi S-T (*Strength-Threat*) atau strategi kekuatan- ancaman adalah staretegi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif Strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah :
- 1) Meningkatkan kemampuan kelembagaan petani cengkeh melalui kegiatan pemberdayaan untuk melakukan pemasaran bersama agar supaya nilai jual produk cengkeh yang dihasilkan para petani tidak dipermainkan oleh para tengkulak.
 - 2) Memperbaiki mutu produk cengkeh melalui kegiatan penanganan pasca panen dan melakukan promosi atas

keunggulan komparatif yang dimiliki seperti misalnya aroma dan bunga cengkeh yang besar. Adapun tabel berikut ini Matriks gabungan antara IFAS dan EFAS :

Tabel 14. Alternatif Strategi Matriks SWOT Gabungan Antara IFAS dan EFAS di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene.

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pedagang pengumpul besar - Lahan yang subur membuat pembeli yakin dengan ketersediaan cengkeh untuk pasar global - Adanya kebijakan pemerintah Kabupaten Majene untuk meningkatkan produksi cengkeh 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Harga di setiap pedagang pengumpul tidak merata - Mutu produk cengkeh yang dihasilkan petani sangat rendah - Sebagian besar tanaman cengkeh sudah berumur tua
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peluang tinggi maka permintaan bahan baku cengkeh yang bermutu bagi industri cengkeh dalam negeri dan luar negeri - Adanya perkembangan teknologi dan informasi - Berkembangnya aneka ragam agroindustri yang bahan baku utamanya berasal dari produk cengkeh 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan pemanfaatan lahan yang sesuai melalui kegiatan intensifikasi, ekstensifikasi, rehabilitasi, dan diverfisikasi sebagai upaya dalam meningkatkan produksi cengkeh untuk memenuhi permodalan pasar di dalam negeri dan luar negeri 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan peremajaan tanaman cengkeh dengan cara mengganti tanaman tua dengan tanaman baru, dan menggunakan bahan tanaman unggul. - Meningkatkan sistem standar produk untuk menjamin kualitas atau mutu hasil produk cengkeh sehingga mampu bersaing dengan produk cengkeh yang dihasilkan oleh produsen yang ada ditempat lainnya.

Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> - Adanya persaingan pasar internasional yang sangat tinggi termasuk pemberlakuan pasar bebas - Asosiasi Petani Cengkeh Indonesia (APCI) belum terbentuk di Desa Onang Utara Adanya fluktuasi harga produk cengkeh 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kemampuan kelembagaan petani cengkeh melalui kegiatan pemberdayaan untuk melakukan pemasaran bersama agar supaya nilai jual produk cengkeh yang dihasilkan para petani tidak dipermainkan oleh para tengkulak. - Memperbaiki mutu produk cengkeh melalui kegiatan penanganan pasca panen dan melakukan promosi atas keunggulan komparatif yang dimiliki seperti misalnya aroma dan bunga cengkeh yang besar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperkuat kelembagaan petani berupa kelompok tani agar supaya petani melaksanakan usaha tani cengkeh secara efektif dan efisien sehingga dapat memperoleh pendapatan yang lebih baik dan mereka tidak akan tertarik untuk mengganti tanaman cengkeh dengan komoditas lain. - Menata regulasi mengenai produk cengkeh untuk memungkinkan petani dapat memproduksi cengkeh yang bermutu tinggi sesuai kebutuhan pasar nasional dan internasional, tidak baik.

Sumber : Data primer setelah diolah, 2020

Setelah identifikasi dari setiap unsur SWOT, selanjutnya pemberian bobot (nilai) terhadap tiap unsur SWOT berdasarkan pendekatan matriks antara faktor internal eksternal dilakukan pembobotan dengan kisaran nilai 0,0 – 1,0 untuk unsur peluang dan ancaman nilai rangking (rating) 1 – 4. Sedangkan pada unsur kekuatan dan kelemahan nilai rating 4 – 1, Selanjutnya bobot dari faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk memperoleh skor pembobotan (Tabel 15 dan tabel 16)

e. Matriks Faktor Strategi Internal digunakan untuk mengetahui faktor-faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan yang mempengaruhi pemasaran. Dapat dilihat pada tabel 15 berikut ini :

Tabel 15. Matriks IFAS perhitungan bobot dan rating faktor strategi internal yang berpengaruh terhadap pemasaran cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene

				cengkeh
S2	Adanya pedagang pengumpul Besar	0.13	4.00	0.52
S3	Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan produksi cengkeh	0.13	3.50	0.45
	Kelemahan (Weakness)			
W1	Mutu produk cengkeh yang dihasilkan rendah	0.19	2.00	0.39
W2	Sumber daya manusia petani cengkeh rendah	0.19	2.50	0.48
W3	Sebagian tanaman cengkeh berumur tua	0.16	2.00	0.32
	Total	1.00		3.13

Sumber : Data primer setelah diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas perhitungan bobot dan rating tertinggi pada kekuatan, adalah adanya kelompok tani yang melakukan budidaya tanaman cengkeh, dengan jumlah skor bobot 0,97.

Sedangkan bobot dan rating terendah pada kelemahan adalah, sebagian tanaman cengkeh berumur tua dengan skor bobot 0,32. Jumlah skor bobot keseluruhan faktor internal, kekuatan dan kelemahan adalah 3,13 skor bobot.

Simbol	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
	Kekuatan (Strenght)			
S1	Adanya kelompok tani yang melakukan budidaya tanaman	0.19	5.00	0.97

f. Matriks Faktor pemberlakuan pasar bebas

Strategi Eksternal digunakan untuk mengetahui faktor-faktor (peluang dan ancaman) dalam yang mempengaruhi Dapat dilihat pada tab ini :

Faktor	Bobot	Rating	Skor Bobot
T2 Asosiasi petani cengkeh Indonesia belum ada terbentuk di Desa Onang Utara	0.13	1.00	0.13
T3 Belum adanya kepastian harga produk cengkeh	0.19	1.50	0.28
Total	1.00	16.50	2.88

Tabel 16. Matriks EFAS perhitungan bobot dan rating faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pemasaran cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana Kabupaten Majene.

Sumber : Data primer setelah diolah, 2020

Dapat dilihat pada tabel 16,

perhitungan bobot dan rating tertinggi pada peluang, adalah Tingginya bahan baku cengkeh yang bermutu bagi industri cengkeh , dengan jumlah skor bobot 0,94.

Sedangkan bobot dan rating terendah pada ancaman adalah, Asosiasi petani cengkeh indonesia belum ada terbentuk di Desa Onang Utara dengan jumlah skor bobot 0,13. Dengan jumlah skor bobot keseluruhan faktor eksternal, peluang dan ancaman adalah 2,88 skor bobot.

Berdasarkan pada tabel 15 dan 16, perhitungan bobot dan rating antara IFAS dan EFAS. dapat dilihat hasil dari perhitungan bobot dan rating faktor internal lebih tinggi dari faktor eksternal dengan jumlah skor bobot faktor internal sebanyak 3,13 sedangkan jumlah skor bobot faktor eksternal sebanyak 2,88.

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil dari uji Analisis SWOT. Faktor yang mempengaruhi pemasaran cengkeh di Desa Onang Utara Kecamatan Tubo Sendana

Simbol	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
	Kekuatan (Strenght)			
O1	Tingginya bahan cengkeh yang bermutu bagi industri cengkeh	0.19	5.00	0.94
O2	Adanya Asosiasi Petani Cengkeh Indonesia sebagai lembaga petani cengkeh	0.16	3.00	0.476
O3	Berkembangnya aneka ragam agroindustri yang berasal dari produk cengkeh	0.19	4.00	0.75
	Kelemahan (Weakness)			
T1	Adanya persaingan pasar internasional termasuk	0.16	2.00	0.31

rating, faktor internal lebih tinggi dari pada faktor eksternal dengan jumlah skor bobot faktor internal sebanyak 3,13 sedangkan jumlah skor bobot faktor eksternal sebanyak 2,88.

Adapun perhitungan Efas matriks swot kuadran 1 SW di peroleh angka 1,94 dan 1,19 sedangkan kuadran 2 TO di peroleh angka 0,72 dan 2,16

Saran

1. Di sarankan supaya petani cengkeh dapat lebih memperhatikan terhadap pengelolaan cengkeh, guna untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan efisien dari sebelumnya.
2. Di harapkan pemerintah daerah kiranya mampu menfokuskan diri untuk mengusahakan kesejahteraan petani cengkeh dengan menyusun lagi konsep dan strategi pertanian yang lebih, karena dengan meningkatnya kesejahteraan petani maka secara otomatis ketahanan pangan dan pendapatan masyarakat pun meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Adyatma dan Budiana 2013, *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Pada Usaha Tani Cengkeh Di Desa Manggisari*. Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana

Arikunto (2006), *Menentukan dan Menyusun Instrumen*, Dalam : Arikunto Suharsimi.,ed.

Prosedur Penelitian Sebagai Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.

Armstrong, Kotler (2015), *Marketing an Introducting Prentice Hall twelfth Edition*, England : Pearson Education, Inc

Basu Swastha, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta.

Buchari Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan keenam (Edisi Revisi). Alfabeta: Bandung

Candra Irawan 2016. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Petani Cengkeh Di Kecamatan Teupah Barat Kabupaten Simeulue* Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Meulaboh, Aceh Barat 2016.

Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bndung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

David, FR. (2011). *Manajemen Strategis (Strategic Management)*. Buku 1. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.

David, Fred R.. 2006. *Strategic Management*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Diana Leni Lia Wijayanti. 2014. *Efisiensi Pemasaran Cengkeh*

- (*Syzygium Aromaticum*) Di Desa Kaligono Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo 2014.
- Dilihatya. 2014. *Pengertian distribusi menurut para Ahli*. <http://dilihatya.com/1216>. diakses 10 Februari 2020.
- Erland Arfandi Ukka, 2010. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Petani Cengkeh Di Kecamatan Teupah Barat Kabupaten Simeulue* Program Studi Ekonomi Pembangunan
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013),
- Hasyim 2012. *Tataniaga Pertanian*. Diktat Kuliah. Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Irfani Kurniawan 2009 *Analisis Pemasaran Cengkeh Di Kabupaten Wonogiri* Universitas Wonogiri
- Kementerian Pertanian. 2015. *Peta Potensi Pengembangan Kawasan Pertanian PJKU skala 1:250.000*. Kementan, Jakarta.
- Kotler, Armstrong 2010, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*” , England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi kedua belas,. Jakarta : Erlangga
- Laitupa dan Susane (2010) *Pemanfaatan Eugenol Dari Minyak Cengkeh Untuk Mengatasi Ranciditas Pada Minyak Kelapa..* In: “ Seminar Tugas Akhir S1 Teknik Kimia UNDIP”, Jurusan Teknik Kimia UNDIP.
- Lisnawati1) Hadayani2) Yulianti Kalaba2 2017 *Analisis Pemasaran Cengkeh Di Desa Jono Oge Kecamatan Sirenja Kabupaten Donggala* Program Studi Agribisnis Pascasarjana Universitas Tadulako.
- Malhotra, Naresh K 2004. *Marketing Research : An Applied Orientation. Fifth Edition*. Pearson Education, Inc., New Jersey, USA
- Muhammad Sofwan1, Ahmad Humam Hamid1, Irwan A Kadir. 2017. *Motivasi Petani, Faktor Pendorong Dan Faktor Penghambat Dalam Budidaya Tanaman Cengkeh Di Mukim Lampuuk Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Volume 3, Nomor 4, November 2018.
- Muh. Ilyas Nur. 2018. *Analisis Sistem Pemasaran Cengke* Program

Studi Agribisnis, Fakultas
Pertanian, Universitas Muslim
Indonesia. Vol.1 No.2,
Desember 2018

Mursid 2006. *Manajemen Pemasaran*.
Cetakan ke Empat ; Jakarta PT.
Bumi Aksara

Rangkuti, F. (2013). *Teknik
Membedah Kasus Bisnis
Analisis SWOT Cara
Perhitungan Bobot, Rating, dan
OCAI*. PT. Jakarta: Gramedia
Pustaka Utama

Siagian 2004. *Prinsip-prinsip Dasar
Manajemen Sumber Daya
Manusia*, Jilid I, Penerbit
Binarupa Aksara, Jakarta.

Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar
Ekonomi Pertanian*. Rajawali
Press. Jakarta.

Suharsimi Arikunto (2006), *Prosedur
Penelitian Suatu Pendekatan
Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.

Sunarto 2006. *Pengantar
Manajemen*, Bandung: CV
Alfabeta.

Tamran Suaib 1), Yanti Saleh 2),
Amelia Murtisari 2018 *Analisis
Pemasaran Komoditas Cengkeh
Di Desa Taludaa Kecamatan
Bone Kabupaten Bone Bolango*
Fakultas Pertanian Universitas
Negeri Gorontalo.