



## Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara

Wa Ode Al Zarliani<sup>1</sup>, Wa Ode Dian Purnamasari<sup>1\*</sup>, Wa Ode Asriana<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

\*Korespondensi: [\\*waodedianpurnamasari@gmail.com](mailto:waodedianpurnamasari@gmail.com)

### Info Artikel

Diterima 20  
Desember 2023

Disetujui 19  
Januari 2024

Dipublikasikan 08  
Februari 2024

**Keywords:**  
Cengkeh, SWOT,  
Strategi Pemasaran

© 2024 The  
Author(s): This is  
an open-access  
article distributed  
under the terms of  
the Creative  
Commons  
Attribution  
ShareAlike (CC BY-  
SA 4.0)



### Abstrak

*Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran komoditas cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Oktober sampai dengan Bulan November 2023 Di Desa Bente. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh petani cengkeh sebanyak 20 orang. Metode yang digunakan adalah Metode analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kegiatan pemasaran cengkeh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran cengkeh yang tepat di tunjukkan pada kuadran I yang menandakan keadaan yang sangat bermanfaat dimana petani mempunyai peluang dan kekuatan untuk menopang strategipemasaran yang agresif (cenderung, kebutuhan) dan pada matriks SWOT menerapkan strategi S-O yaitu Melakukan kerjasama antara petani dengan pemerintah untuk mengadakan pelatihan dan atau penyuluhan tentang lembaga pemasaran cengkeh. Memanfaatkan peran sumber daya manusia tenaga kerja dengan membentuk suatu komoditas petani cengkeh dengan menyediakan sarana dan prasaran yang memadai untuk menghasilkan komoditas cengkeh yang lebih banyak sehingga mendapatkan peluang ekspor. Hasil analisis data matriks SWOT menerapkan S-O yaitu dengan total skor 0.40. Adapun dalam matriks IFAS memiliki total skor kekuatan 1.99 dan total skor kelemahan -1.42. Sedangkan dalam matriks EFAS memiliki total skor peluang 1,71 dan total skor ancaman -1.18.*

### Abstract

*The aim of this research is to determine the marketing strategy for clove commodities in Bente Village, Kambowa District, North Buton Regency. This research was carried out from October to November 2023 in Bente Village. The sample in this research was all 20 clove farmers. The method used is the S WOT analysis method to determine strengths, weaknesses, opportunities and threats in clove marketing activities. The results of this research indicate that the appropriate clove marketing strategy is shown in quadrant I which indicates a very beneficial situation where farmers have the opportunity and strength to support aggressive marketing strategies (tendencies, needs) and in the SWOT matrix implementing the S-O strategy, namely Collaborating between farmers with the government to conduct training and/or counseling regarding clove marketing institutions. Utilizing the role of human resources by forming a community of clove farmers by providing adequate facilities and infrastructure to produce more clove commodities so as to obtain export opportunities. The results of the SWOT matrix data analysis applying S-O are with a total score of 0.40. The IFAS matrix has a total strength score of*

1.99 and a total weakness score of -1.42. Meanwhile, the EFAS matrix has a total opportunity score of 1.71 and a total threat score of -1.18.

## 1. Pendahuluan

Cengkeh (*Syzygium Aromaticum L*) merupakan salah satu komoditas pertanian yang tinggi nilai ekonominya. Komoditi ini banyak digunakan di bidang industri sebagai pembuat rokok kretek dan dibidang farmasi sebagai bahan pembuat minyak atsiri. Tanaman ini merupakan tanaman asli Indonesia, yang pada awalnya merupakan komoditas ekspor, berubah posisi menjadi komoditas yang harus diimpor karena pesatnya perkembangan industri rokok kretek. Industri rokok kretek sendiri, berkembang sejak akhir abad ke-19. Prospek pada potensi tanaman cengkeh kedepannya semakin tinggi mengingat kebutuhan cengkeh dalam negeri maupun dipasar tradisional meningkat (Hasrin, 2017).

Indonesia dan Malaysia merupakan Negara produsen cengkeh di kawasan ASEAN namun kontribusi eksportnya masih kecil. Singapura merupakan Negara pengeksport terbesar di ASEAN dengan kontribusi 65,99% terhadap ASEAN meskipun Negara ini bukan Negara produsen cengkeh, sedangkan Indonesia dan Malaysia berkontribusi 31,49% dan 2,49%. Ekspor cengkeh Indonesia dan daya saingnya masih dapat ditingkatkan, disebabkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dibandingkan Negara lainnya di dunia serta di kawasan ASEAN (Tupamahu, 2015).

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, dan strategi pelayanan. Strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran disuatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukan zaman dimana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen (Vhyda Hamidah Aulia Radjaloa, 2021).

Sulawesi Tenggara merupakan sebuah provinsi Indonesia yang terletak pada bagian tenggara Pulau Sulawesi dengan ibukota kendari. Sulawesi Tenggara termaksud daerah yang memiliki banyak berpotensi sebagai pengeksport. Potensi lahan pertanian cukup potensial untuk dikembangkan, selain itu terdapat berbagai hasil hutan yang berdomisili dari daerah tersebut. Produk tersebut dieksport melalui pelabuhan yang terdapat pada Sulawesi Tenggara. Komoditas cengkeh sebagai salah satu unggulan petani di Kabupaten Kolaka, Kolaka Utara, Konawe Kepulauan, dan Buton Utara Provinsi Sulawesi Tenggara, cengkeh yang merupakan produk tanaman jangka panjang yang hanya sekali panen dalam setahun. Dari Data Dinas Perkebunan dan Hortikultural Sulawesi Tenggara menentukan harga bunga cengkeh kering pada puncaknya pernah mencapai angka Rp. 135.000 hingga Rp. 150.000

per kilogram sedangkan gagang cengkeh dijual pada kisaran Rp. 20.000 hingga Rp. 35.000 per kilogram. (Ulum, 2018).

Tanaman perkebunan cengkeh sangat banyak dibudiyakan di seluruh Indonesia. Tanaman cengkeh mempunyai karakteristik yang banyak membutuhkan pergerakan angin dan juga membutuhkan sinar matahari langsung yang dapat membuat pertumbuhan cengkeh akan membaik untuk dibudidayakan di daerah pegunungan atau perbukitan seperti halnya di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara. Tanaman cengkeh sudah dibudidayakan sejak zaman penjajahan, termasuk di Provinsi Sulawesi Tenggara. Eksistensi cengkeh bagi petani di Sulawesi Tenggara telah menjadi harapan kebutuhan ekonomi petani cengkeh. Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki beberapa kabupaten yang menjadi sentra produksi cengkeh, salah satunya adalah Kabupaten Buton Utara.

Kabupaten Buton Utara merupakan daerah penghasil cengkeh. Sehingga masyarakat setempat menjadikan pedoman untuk keperluan ekonomi sehari-hari, salah satunya yang terdapat di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara. Tingkat Produksi cengkeh di Kabupaten Buton Utara pada tahun 2016-2019 dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel 1.** Luas Areal dan Produksi Tanaman Perkebunan Cengkeh di Kabupaten Buton Utara.

No.	Tahun	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)
1.	2016	548	23,88
2.	2017	676	32,455
3.	2018	681	30,297
4.	2019	845	38,946

Berdasarkan informasi dilihat dari angka pada tabel 1 menunjukkan bahwa luas areal tanaman perkebunan cengkeh mengalami peningkatan pada tiap tahunnya, namun jumlah produksi mengalami fluktuasi, pada tahun 2016 menghasilkan produksi yaitu sebanyak 23,88 ton dengan luas areal sebesar 548 ha, tahun 2017 mengalami peningkatan dengan menghasilkan produksi sebanyak 32,455 ton dengan luas areal sebesar 676 ha, namun pada tahun 2018 mengalami penurunan pada penghasilan produksi dengan mendapatkan produksi sebanyak 30,297 ton akan tetapi pada luas areal mengalami peningkatan yaitu sebesar 681 ha, pada tahun 2019 mengalami peningkatan kembali dengan menghasilkan produksi sebanyak 38,946 dengan luas areal yaitu sebesar 845 ha.

Tinggi rendahnya harga cengkeh bergantung pada kondisi situasi dan kondisi sosial ekonomi seperti produktivitas, situasi pasar, dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap kenaikan harga komoditas cengkeh. Situasi dan kondisi pasar komoditas cengkeh yang terjadi yang merupakan perilaku produsen dalam hal ini adalah petani dan pedagang perantara/lembaga pemasaran terhadap komoditas cengkeh yang dipasarkan. Adanya tawaran petani ke produsen pada proses penentuan harga lebih banyak dikuasi oleh pedagang perantara/lembaga pemasaran, sehingga kekuatan tawar menawar antara produsen dan pedagang perantara/lembaga pemasaran hampir tidak ada.

Harga pemasaran komoditas cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara yang dilakukan oleh pedagang pengumpul membeli produk cengkeh berkisar Rp. 40.000-Rp.150.000 per Kg untuk cengkeh kering. Bahkan para

pengumpul membeli tangkainya dengan harga Rp. 5.000 per Kg. Kisaran harga tersebut ditentukan oleh pedagang perantara dalam hal ini adalah sebagai lembaga pemasaran. Keadaan tersebut sebagai akibat berpengaruh pada sistem pemasaran komoditas cengkeh.

**Tabel 2.** Produksi Tanaman dan Luas Perkebunan Cengkeh di Kecamatan Kambowa (Ton), 2018-2020

No.	Tahun	Produksi (Ton)	Luas (Ha)
1.	2019	6,6	78
2.	2020	5,6	91

Berdasarkan informasi pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa produksi cengkeh pada tahun 2019 menghasilkann produksi sebesar 6,6 ton dengan luas lahan sebesar 78 ha, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan produksi yaitu sebanyak 5,6 ton namun luas lahan mengalami peningkatan yaitu sebesar 91 ha. Berdasarkan penggunaan lahan di Kecamatan Kambowa merupakan lahan non sawah yang digunakan untuk kegiatan pertanian. Produksi tanaman cengkeh pada setiap Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara memproduksinya dengan cara berbeda-beda. Desa Bente merupakan salah satu desa yang memiliki jumlah produksi cengkeh cukup tinggi di dibandingkan dengan desa lainnya. Semakin banyaknya jumlah pohon cengkeh yang di budidayakan masing-masing petani di Desa Bente maka membuat semakin meningkatnya jumlah produksi cengkeh.

Pemasaran sebagaimana diketahui adalah bagian dari sistem agribisnis. Tanpa adanya pemasaran maka produk pertanian seperti cengkeh tidak dapat di distribusikan dengan baik. Dari hasil observasi penulis dengan melakukan kegiatan wawancara kepada para petani cengkeh bahwasanya komoditas cengkeh yang ada di Desa Bente memiliki factor internal (kekuatan dan kelemahan) dan juga faktor eksternal (peluang dan ancaman). Adapun kekuatan yang dimiliki adalah mempunyai lokasi perkebunan mudah terjangkau, Memiliki produksi yang tersedia, lahan perkebunan milik sendiri, kualitas produk yang baik, dan peran sumber daya manusia tenaga kerja baik. Kelemahan yang ada pada komoditas cengkeh di Desa Bente yaitu kurangnya pemahaman tentang lembaga pemasaran, kurangnya penggunaan teknologi, tidak ada nilai tambah dan pengolahan oleh petani, kurangnya sistem promosi produksi cengkeh dan sarana dan prasarana yang rendah. Namun komoditas cengkeh yang ada di Desa Bente memiliki beberapa peluang diantaranya adalah adanya peran pemerintah dalam pengembangan komoditas cengkeh, permintaan komoditas cengkeh dipasar baik, adanya peluang untuk mengekspor komoditas cengkeh, banyaknya industri yang membutuhkan produk cengkeh dan juga akses transportasi memadai. Selain adanya peluang, komoditas cengkeh juga memiliki beberapa ancaman diantaranya yaitu adanya serangan hama dan penyakit pada tanaman cengkeh, adanya kondisi harga pasar yang tidak stabil, terdapat pengaruh iklim dan cuaca yang tidak menentu, terjadi rendahnya peminat budidaya cengkeh bagi generasi penerus, dan terjadi fluktuasi pada harga cengkeh tiap tahunnya.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*Purposive Sampling*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu daerah penghasil cengkeh. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober

sampai dengan November 2023. Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Untuk menentukan besarnya sampel yaitu apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua penelitiannya mencakup keseluruhan populasi. Sebagaimana dikatakan oleh Suharsimi Arikunto (2010) dalam Julianne Kamelia Riza (2020). Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10%-15%, atau 20%-25%, atau lebih. Jumlah populasi petani cengkeh 20 orang, sehingga penulis mengambil sampel sebanyak-banyaknya 20 petani cengkeh. Data kualitatif adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan kata verbal tidak dapat dianalisis dalam bilangan dan angka.

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan pihak peneliti untuk dapat mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan penelitian yang diambil sehingga dapat menghasilkan data yang valid. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut: 1) Observasi merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti terlihat langsung untuk mengamati strategi pemasaran komoditas cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara; 2) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut, 3) Kuesioner merupakan suatu instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dengan cara menyusun format pertanyaan yang telah didesain untuk memudahkan analisis sesuai dengan tujuan penelitian; 4) Studi Dokumentasi adalah suatu cara digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi pembangunan pertanian. Analisis ini didasarkan pada logika bahwa ia dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, tetapi pada saat yang sama meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT mengkaji dan membandingkan faktor lingkungan eksternal, peluang dan ancaman dengan kekuatan dan kelemahan lingkungan internal sehingga keputusan dapat dibuat strategis dari analisis tersebut.

### **Analisis Strategi Pemasaran**

Tahap pengumpulan data ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mewawancarai para ahli dengan perusahaan yang bersangkutan. Setelah mengetahui berbagai faktor yang ada di perusahaan, langkah selanjutnya adalah membuat matriks internal dan eksternal.

Cara penentuan untuk mendapatkan nilai bobot yaitu ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dengan skala 1 sampai 5 (1 = tidak penting, 5 = sangat penting sekali) perhitungan bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada internal dan eksternal total nilai bobot tersebut akan menghasilkan nilai 1 atau 100%. Setelah indikator-indikator SWOT ditentukan maka langkah selanjutnya yang dilakukan dalam menentukan faktor strategi ialah menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kemudian diberi peringkat (bobot) untuk setiap faktor berdasarkan respon sampel penelitian terhadap faktor-faktor yang ada.

Rating adalah analisis terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun kedepan). Nilai rating untuk variabel kekuatan dan peluang di beri nilai 1 sampai 4 diberi nilai 1 kemungkinan indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dengan pesaing utama, diberi nilai 2 jika indikator kinerjanya sama dengan pesaing utama, sedangkan jika diberi nilai 3 dan 4 kalau indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama. Nilai rating variabel kelemahan dan ancaman di beri nilai -1 sampai -4. Diberi nilai -1 jika indikator tersebut semakin banyak kelemahan dan ancaman dibandingkan pesaing utama, namun jika diberi nilai -4 kalau kelemahan dan ancaman indikator tersebut semakin menurun dibandingkan pesaing utama pada tahun depan. Dalam artian pemberian nilai pada rating untuk variabel kelemahan dan variabel ancaman berbanding terbalik dengan variabel kekuatan dan variabel peluang.

Langkah yang diambil dalam menentukan faktor strategi adalah menentukan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman, kemudian diberi peringkat (rating) untuk setiap faktor berdasarkan respon sampel penelitian terhadap faktor-faktor tersebut. Kemudian berikan rumus rating, bobot dan skor masing-masing faktor tersebut dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah nilai responden}}{\text{Jumlah banyaknya responden}} \quad \text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah nilai responden}}{\text{Total keseluruhan nilai responden}}$$

$$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

### Diagram Cartesius

Berdasarkan Freddy Rangkuti (2015), SWOT merupakan identitas sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.

### Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat dengan jelas menjelaskan bagaimana peluang dan risiko faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya. Analisis SWOT digambarkan dalam matriks SWOT yang berisi empat set kemungkinan strategi alternatif.

**Tabel 3. Matriks SWOT**

	Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Eksternal			
Peluang (Opportunities)		<b>Strategi S-O</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi W-O</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (Threats)		<b>Strategi S-T</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi W-T</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kelemahan untuk mengatasi ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti (2015)

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Strategi Pemasaran Cengkeh

Analisis SWOT penyelesaian sistematis sebagai aspek dengan menjelaskan metode kemajuan usaha. Dalam suatu persiapan harus menggunakan analisis, dalam hal ini dilihat dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Kekuatan dalam hal ini adalah kekuatan yang menjadi pegangan petani cengkeh agar dapat dimanfaatkan oleh petani itu sendiri, kelemahan dalam hal ini adalah kelemahan yang ada pada petani cengkeh sehingga harus diminimalisir dan harus dihindari oleh petani cengkeh, peluang adalah peluang yang timbul dari faktor eksternal atau dari luar petani lalu dapat di maksimalkan oleh petani, sementara itu ada pula ancaman ialah ancaman yang turun dari luar kemudian dapat diprediksi oleh petani.

Strategi pemasaran mempunyai peran penting terhadap kesuksesan pada suatu usaha. Strategi pemasaran berfungsi untuk mengkomunikasikan dan mengantar produk yang dimiliki untuk kepuasan kosumen. Strategi pemasaran dalam hal ini mencangkup startegi marketing mix strategi yang merupakan suatu alat pemasaran yang digunakan guna untuk mempengaruhi keputusan pembelian pada produk cengkeh.

Berdasarkan informasi dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada para petani cengkeh tidak memiliki strategi pemasaran khusus yang mereka gunakan. Mereka mengaku bahwa kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh mereka adalah ide-ide yang timbul dari pemikiran dari mereka, tanpa terlebih dahulu melakukan sebuah pelatihan khusus. Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan petani cengkeh sudah cukup baik, namun hanya menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan situasi dan kondisi kebutuhan petani cenkeh bahkan para petani tidak paham betul tentang teori strategi pemasaran cengkeh.

Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara menunjukkan tumbuhan cengkeh banyak diusahakan pada lahan daratan tinggi atau pegunungan. Dalam hal ini untuk penempatan lahan harus memperhatikan syarat tumbuh tanaman, khususnya pada tanah dan cuaca. Hal ini penting agar usahatani cengkeh mampu meningkatkan hasil dan keuntungan optimal dan sekaligus menaikkan kemajuan hasil petani cengkeh. Ada beberapa keluhan atau keritik dari masyarakat terkait dengan hasil pemasaran cengkeh dari hasil wawancara peneliti dengan petani cengkeh mengenai: harga yang ditawarkan oleh para pedagang yang mengalami naik turun atau tidak adanya penetapan harga yang sudah di tentukan sejak awal ternyata proses jual beli, dan petani meminta bahwa pemerintah Desa Bente mengadakan atau menciptakan suatu perusahaan untuk hasil pertanian khususnya cengkeh agar adanya pedagang pengumpul dari desa itu sendiri.

#### 3.2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal adalah sutu faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dari perusahaan itu sendiri yang dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan petani cengkeh adalah sebagai berikut: 1) Kekuatan adalah yang mencangkup kekuatan internal yang mendorong pengembangan pemasaran usahatani cengkeh. Kekuatan yang dimiliki oleh para petani usahatani cengkeh terdiri dari: a) Lokasi perkebunan mudah terjangkau, b)

Memiliki produksi yang tersedia, c) Lahan perkebunan milik sendiri, d) Kualitas produk baik, dan e) Peran sumber daya manusia tenaga kerja baik; 2) Kelemahan yaitu mencakup kelemahan internal yang dapat mempengaruhi jalannya para petani usahatani cengkeh yaitu sebagai berikut: a) Kurangnya pemahaman tentang lembaga pemasaran, b) Kurangnya penggunaan teknologi, c) Tidak adanya nilai tambah dan pengolahan oleh petani, d) Kurangnya sistem promosi produksi, e) Sarana dan prasaranayang rendah.

Analisis Faktor Esternal adalah semua faktor yang berasal dari luar perusahaan (peluang dan ancaman) yang dapat berpengaruh terhadap performa perusahaan tersebut. Faktor-faktor tersebut antara lain: 1) Peluang adalah yang dapat dimanfaatkan oleh petani cengkeh untuk meningkatkan usaha pemasaran cengkeh. Pelung yang dimiliki oleh para petani usahatani cengkeh terdiri dari: a) Peran pemerintah dalam pengembangan komoditas cengkeh, b) Permintaan komoditas cengkeh dipasar baik, c) Adanya peluang ekspor komoditas cengkeh, d) Banyaknya industry yang membutuhkan cengkeh, e) Akses transportasi memadai. Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat kelancaran proses pemasaran cengkeh. Ancaman yang dimiliki oleh para petani usahatani cengkeh terdiri dari: a) Adanya serangan hama dan penyakit pada tanaman cengkeh, b) Kondisi harga pasar yang tidak stabil, c) Pengaruh iklim dan cuaca yang tidak menentu, d) Rendahnya minat budidaya cengkeh bagi generasi penerus, e) Fluktuasi harga.

### 3.3. Analisis SWOT

#### 1. Matriks IFAS

Internal Factor Analisis Summary (IFAS) adalah faktor-faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan petani cengkeh yang dapat menggambarkan susunan daftar faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Setelah menentukan faktor kekuatan dan kelemahan petani cengkeh, selanjutnya adalah memberikan bobot dari masing-masing faktor internal tersebut.

**Tabel 4.** IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*)

Matriks Faktor Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Lokasi perkebunan mudah terjangkau	0.11	3.55	0.39
2.	Memiliki produksi yang tersedia	0.11	4.00	0.44
3.	Lahan perkebunan milik sendiri	0.11	3.50	0.39
4.	Kualitas produk baik	0.11	3.45	0.38
5.	Peran sumber daya manusia tenaga kerja baik	0.11	3.50	0.39
Subtotal		0.55		1.99
No	Kelemahan			
1.	Kurangnya pemahaman tentang lembaga pemasaran	0.09	-2.40	-0.22
2.	Kurangnya penggunaan teknologi	0.09	-2.70	-0.24
3.	Tidak adanya nilai tambah dan pengolahan oleh petani	0.09	-3.10	-0.28
4.	Kurangnya sistem promosi produksi	0.09	-2.50	-0.23
5.	Sarana dan prasarana yang rendah	0.09	-2.35	-0.21
Subtotal		0.45		-1.18
Total		1		0.81

Sumber: Data Primer di Olah Tahun 2023

## 2. Matriks EFAS

Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS) adalah suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki petani cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara.

**Tabel 5.** EFAS (Eksternal Faktor Analisis Summary)

Matriks Faktor Eksternal				
No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1.	Peran pemerintah dalam pengembangan komoditas cengkeh	0.10	3.40	0.34
2.	Permintaan komoditas cengkeh dipasar baik	0.09	3.50	0.32
3.	Adanya peluang ekspor komoditas cengkeh	0.10	3.50	0.35
4.	Banyaknya industry yang membutuhkan cengkeh	0.10	3.75	0.38
5.	Akses transportasi memadai	0.09	3.50	0.32
Subtotal		0.48		1.71
No	Ancaman			
1.	Adanya serangan hama dan penyakit pada tanaman cengkeh	0.10	-3.05	-0.31
2.	Kondisi pasar yang tida stabil	0.08	-2.25	-0.18
3.	Pengaruh iklim dan cuaca yang tidak menentu	0.11	-3.15	-0.35
4.	Rendahnya minat budidaya cengkeh bagi generasi penerus	0.11	-3.00	-0.33
5.	Fluktuasi harga	0.11	-2.25	-0.25
Subtotal		0.51		-1.42
Total		1		0.29

Sumber: Data Primer di Olah Tahun 2023

## 3. Kuadran Strategi SWOT

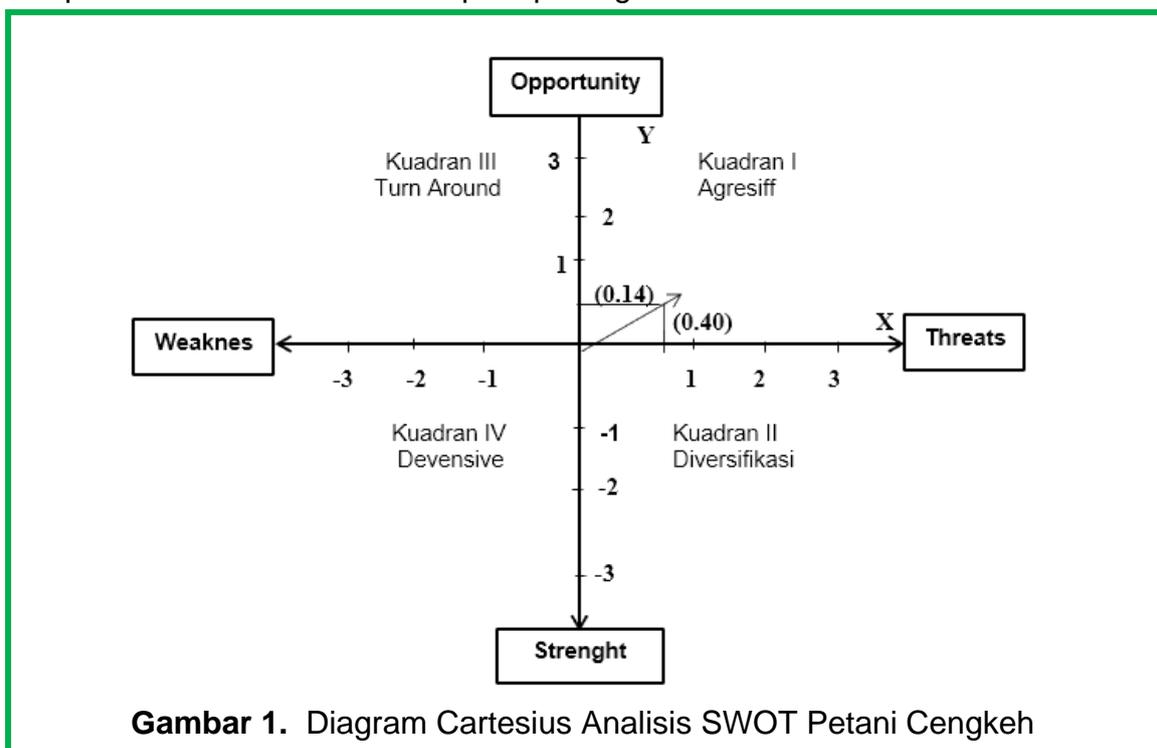
Berdasarkan informasi dari hasil matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor dari masing-masing yaitu kekuatan 1.99, kelemahan 1.18, peluang 1.71, dan ancaman 1.42. Sehingga dapat dilihat dari selisih total skor komoditas cengkeh untuk faktor internal berada pada (0.81) dan faktor eksternal berada pada (0.29). Selanjutnya perhitungan yang diperoleh posisi dari setiap skor maka ditentukan dari matriks grand strategi atau kuadran SWOT. Perhitungan penentuan strtegi pemasaran komoditas cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Utara seperti di bawah ini: Penentuan grand strategi yang dilakukan menggunakan perhitungan skoring untuk faktor internal dan eksternal, kemudian skor tersebut dimasukkan kedalam matriks grand strategi atau kuadran SWOT. Perhitungan penentuan strategi yang digunakan sebagai berikut:

$$\left( \frac{\text{Skor Kekuatan} - \text{Skor Kelemahan}}{2}; \frac{\text{Skor Peluang} - \text{Skor Ancaman}}{2} \right)$$

$$\text{Penentuan Kuadran SWOT} \left( \frac{1.99-1.18}{2}; \frac{1.71-1.42}{2} \right) = \text{kuadran SWOT } 0.40; 0.14$$

Jadi, titik koordinatnya terletak pada (0.40 ; 0.14)

Berdasarkan hasil penentuan kuadran tersebut dapat kita buat matriks grand strategi pemasaran komoditas cengkeh di Desa Bente Kecamatan Kambowa Kabupaten Buton Buton Utara seperti pada gambar dibawah ini:



**Gambar 1.** Diagram Cartesius Analisis SWOT Petani Cengkeh

Kuadran I: Adalah situasi yang sangat bermanfaat. Petani mempunyai peluang dan kekuatan sehingga mampu menggunakan peluang yang ada. Metode yang harus ditetapkan dalam situasi ini ialah strategi pemasaran agresif (cenderung, kebutuhan).

Kuadran II: adalah walaupun melalui beberapa ancaman, petani ini masih mempunyai kekuatan dari segi privat. Metode yang akan ditetapkan ialah memerlukan suatu kekuatan dengan menggunakan peluang dalam jangka panjang dengan menggunakan metode diversifikasi.

Kuadran III: Petani menghadapi peluang yang banyak, akan tetapi dari pihak lain petani menghadapi berbagai kesulitan privat. Sehingga titik fokus metode pada penerapan ini adalah meminimalkan kegiatan-kegiatan privat (pribadi).

Kuadran IV: Di posisi kuadran IV adalah keadaan yang begitu tidak bermanfaat, petani ini akan menghadapi beberapa ancaman dan kelemahan privat (pribadi).

Berdasarkan hasil dari diagram cartecius diatas mendapatkan hasil bahwa strategi pemasaran cengkeh berada pada kudran I, dimana para petani memiliki banyak pilihan strategi untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Maka strategi yang dapat dilakukan berdasarkan pada kuadran SWOT adalah strategi kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities) dimana strategi agresif ini para petani cengkeh di tuntutan untuk berfokus pada: 1) Memperluas jaringan pemasaran, dengan bisa membuat suatu perusahaan pengolahan cengkeh; 2) Pembentukan atau pendirian komunitas (kelompok petani) sehingga dapat saling membantu dalam hal pengolahan cengkeh.

#### 4. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat-alat yang digunakan untuk menentukan aspek-aspek metode perusahaan. Matriks SWOT ini dapat menjelaskan bagaimana peluang dan resiko faktor eksternal yang di hadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya. Matriks SWOT ini berisi empat set kemungkinan strategi alternatif yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6.** Analisis Matriks SWOT

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	Lokasi perkebunan mudah terjangkau	Kurangnya pemahaman tentang lembaga pemasaran
Eksternal	Memiliki produksi yang tersedia	Kurangnya penggunaan teknologi
	Lahan perkebunan milik sendiri	Tidak adanya nilai tambah dan pengolahan oleh petani
	Kualitas produk baik	Kurangnya sistem promosi produksi
	Peran sumber daya manusia tenaga kerja baik	Sarana dan prasaran yang rendah
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Peran pemerintah dalam pengembangan komoditas cengkeh	Melakukan kerjasama antara petani dengan pemerintah untuk mengadakan pelatihan dan atau penyuluhan tentang lembaga pemasaran cengkeh.	Mengembangkan produk dengan memperluas kerjasama dengan berbagai pihak dengan memanfaatkan pasar cengkeh yang luas.
Permintaan komoditas cengkeh dipasar baik	Memperluas jaringan pemasaran dengan mencoba memasuki pasar yang diluar kota dengan memanfaatkan teknologi yang moderen.	Meningkatkan pengetahuan teknologi dan informasi agar bisa memanfaatkan peluang ekspor cengkeh.
Adanya peluang ekspor komoditas cengkeh	Mengoptimalkan perkebunan milik sendiri untuk dapat menyuplay komoditas cengkeh dibarbagai industry yang membutuhkan.	Memanfaatkan adanya industri untuk melakukan kerjasama dengan petani untuk dapat membuat nilai tambah komodits cenkeh.
Banyaknya industri yang membutuhkan cengkeh	Memaksimalkan kualitas produk yang dihasilkan dengan menciptakan suatu perusahaan pengolahan cengkeh agar dapat memperlancar sistem produksi.	Melakukan perluasan kegiatan promosi mengenai komoditas cengkeh melalui pameran/ivent.
Akses transportasi memadai	Memanfaatkan peran sumber daya manusia tenaga kerja dengan membentuk suatu komonitas petani cengkeh dengan menyediakan sarana dan prasaran yang memadai untuk menghasilkan komoditas cengkeh yang	Mengoptimalkan sarana dan prasarana yang ada dengan melakukan kerjasama antara petani dan pihak industri yang membutuhkan.

	lebih banyak sehingga mendapatkan peluang ekspor.	
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
Adanya serangan hama dan penyakit pada tanaman cengkeh	Meningkatkan teknik budidaya cengkeh yang baik agar dapat menangani hama dan penyakit.	Menyesuaikan mutu komoditas cengkeh dengan harganya.
Kondisi harga pasar yang tidak stabil	Mencoba meningkatkan pengaturan penyimpanan produk cengkeh dengan baik dan mencoba melihat kondisi pasar yang dapat menguntungkan.	Mencoba mengembangkan teknologi untuk menciptakan komoditas cengkeh yang berkualitas.
Pengaruh iklim dan cuaca yang tidak menentu	Memberikan keyakinan mengenai kualitas produk terbaik sehingga mampu bersaing dengan jenis komoditi yang sama.	Menciptakan inovasi baru untuk pengolahan komoditas cengkeh agar menjadi kelebihan dari komoditas cengkeh lainnya.
Rendahnya minat budidaya cengkeh bagi generasi penerus	Mencoba menghadirkan alat teknologi moderen untuk menyelesaikan masalah pada saat sebelum panen dan pasca panen.	Meningkatkan sistem promosi agar generasi penerus mampu bersaing dalam upaya pemasaran komoditas cengkeh.
Fluktuasi harga	Menyediakan stok komoditas cengkeh dengan menambah lahan agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi dan harga stabil.	Agar harga stabil petani harus tahu informasi pasar karena banyak pembeli/pengumpul tidak memainkan harga.

Sumber: Data Primer Yang Telah Diolah Tahun 2023

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan informasi dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan strategi pemasaran cengkeh yang tepat berada pada kuadran I yang menandakan keadaan yang sangat bermanfaat petani mempunyai peluang dan kekuatan untuk menopang strategi pemasaran agresif (cenderung, kebutuhan) dan pada matriks SWOT menerapkan strategi S-O yaitu, Melakukan kerjasama antara petani dengan pemerintah untuk mengadakan pelatihan dan atau penyuluhan tentang lembaga pemasaran cengkeh. Memperluas jaringan pemasaran dengan mencoba memasuki pasar yang diluar kota dengan memanfaatkan teknologi yang moderen. Mengoptimalkan perkebunan milik sendiri untuk dapat menyuplay komoditas cengkeh dibarbagai industry yang membutuhkan. Memaksimalkan kualitas produk yang dihasilkan dengan menciptakan suatu perusahaan pengolahan cengkeh agar dapat memperlancar sistem produksi. Memanfaatkan peran sumber daya manusia tenaga kerja dengan membentuk suatu komonitas petani cengkeh dengan menyediakan sarana dan prasaran yang memadai untuk menghasilkan komoditas cengkeh yang lebih banyak sehingga mendapatkan peluang ekspor. Hasil analisis data matriks SWOT menerapkan S-O yaitu dengan total skor 0,40. Adapun dalam matriks IFAS memiliki total skor kekuatan 1.99 dan total skor kelemahan -1.42. Sedangkan dalam matriks EFAS memiliki total skor peluang 1,71 dan total skor ancaman -1.18.

**Daftar Pustaka**

- Amelia Mustisari, Y. T. (2018). Analisis Pemasaran Komoditas Cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. *Ilmiah Agribisnis*, 2.
- Ammas. (2018). *Saluran dan Margin Pemasaran Cengkeh di Desa Umpungeng Kecamatan Labata Kabupaten Soppeng*. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Antonny, D. (2021). Memahami Konsep Strategi Pemasaran Yang Tepat Untuk Bisnis. *ToffeeDev.Com*.
- Arya Dwiandana Putri, N. (2013). Pengaruh Umur, Pendidikan, Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Miskin di Desa Bebandem. *Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2.
- Asfihan. (2021). Pengertian Variabel Penelitian, Jenis, dan Contoh Variabel Penelitian. *Ruang Pengetahuan.co.id*.
- Dinas Pertanian Kabupaten Buton Utara. (2020). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKJIP) Dinas Pertanian*.
- Freddy Rangkuti. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy Rangkuti. (2014). Cara Perhitungan Bobot dan Rating Dalam Tows Matrix. *LingkarLMS*.
- Gede Mekse Korri Arisena, M. S. (2021). Pemasaran Cengkeh di Desa Penyaringan Kecamatan Mendoyo, Kabupaten Jembrana, Bali, Indonesia. *Agricultural Journal*.
- Hasrin. (2017). *Peran Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) Pada Peningkatan Produktivitas Tanaman Cengkeh*. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- I Made Sarmita, I. M. (2021). Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Subsektor Tanaman Perkebunan Kabupaten Buleleng. *Pendidikan Geografi Undiksha*, 9, 26-35.
- Isya Anshori, A. N. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Cengkeh di Kabupaten Toli-Toli. *Jurnal Litbang Kecamatan Kambowa Dalam Angka 2021, Badan Pusat Statistik Kabupaten Buton Utara (BPS)*.
- Kotler, A. (2013). Konsep Pemasaran Pertanian. *Repository STEI*.
- Kurniasih, W. (2021). *Pengertian Sumber Daya Alam Serta Cara Melestarikannya*. *Gramedia.Com*
- Miranda Mandang, M. O. (2020). Karakteristik Petani Berlahan Sempit di Desa Tolok Kecamatan Tompasso. *Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Pekebunan, Kehutanan, Peternakan, Prikanaan), Sosial Ekonomi*.
- Mustawakal, T. K. (2020). Strategi Pemasaran Cengkeh (*Syzygium Aromaticum*) di Desa Langda Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang. *Agrosains dan Teknologi*, 5, 2.

- Ni Wayan Kamarani, S.P, I. (2018). Analisis SWOT Pengembangan Cengkeh (*Syzygium aromaticum*) di Desa Bhuana Giri, Kecamatan Bebandem, Kabupaten Karangasem. 8.
- Nuryanto, B. G. (2019). Tanaman Cengkeh dan Manfaatnya. *Cybex. Pertanian. go.id*
- Purwanto, T. (2018). Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Ekonomi keluarga Pekerja K3L Universitas Padjadjaran. *Pekerjaan Sosial, 1*.
- Rada. (2021). Teknik Pengumpulan Data. *Dosen Pintar*.
- Rangkuti. (2017). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. *PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Rangkuti. 2018. *Strategi Pemasaran Dan Riset Pemasaran, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan ke-8 PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Santika, I. G. (2015). Hubungan Indeks Massa Tubuh (IMT) dan Umur Terhadap Daya Tahan Umum. *Pendidikan Kesehatan Rekreasi, 1*.
- Suhartina, N. (2020). *Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh di Desa Anreng Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba*. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Tupamahu, Y. M. (2015). Analisis Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia di Kawasan ASEAN dan Dunia. *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan, 8*.
- Tysara, L. (2021). Pendidikan Adalah Menurut Para Ahli Proses Yang Abadi, Ketahui Tujuan Utamanya. *Pexels.com*.
- Ulum, M. (2018). Cengkeh Sulit Ditemui di Pasar Induk Kolaka Sulawesi Tenggara. *Bisnis.com*.
- Ustriyana, I. N. (2017). *Pemasaran Agribisnis*. Universitas Udayana.
- Vhyda Hamidah Aulia Radjaloa, I. R. (2021). Analisis dan Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh (*Syzygium aromaticum*). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian, 5*
- Weka Gusmiarty Abdullah<sup>1</sup>, S. H. (n.d.). Hubungan Produktivitas Lahan dan Pendapatan Pada Usaha Tani Cengkeh.