

**STRATEGI PEMASARAN SAYURAN PADA PETANI SAYUR
DI DESA URUNG KOMPAS KECAMATAN RANTAU
SELATAN KABUPATEN LABUHANBATU**

SKRIPSI

Oleh:

DEA KAMSIARI

NPM : 1904300112

Program Studi : Agribisnis



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

STRATEGI PEMASARAN SAYURAN PADA PETANI SAYUR DI
DESA URUNG KOMPAS KECAMATAN RANTAU SELATAN
KABUPATEN LABUHANBATU


SKRIPSI

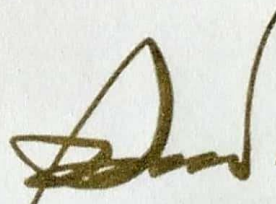
Oleh :

DEA KAMSIARI
1904300112
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1)
pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing


Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.
Ketua


Nursamsi, S.P., M.M.
Anggota

Disahkan oleh :
Dekan


Assoc. Prof. Dr. Dain Mawar Tarigan, S.P., M.Si.



Tanggal Lulus : 17 Februari 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Dea Kamsiari

NPM : 1904300112

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Utara Kabupaten Labuhanbatu adalah berdasarkan penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Februari 2024

Yang menyatakan



Dea Kamsiari

RINGKASAN

Dea Kamsiari dengan judul Skripsi “Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Sayur Di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu”. Dibimbing oleh Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Nursamsi, S.P., M.M., sebagai Anggota Komisi Pembimbing.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran sayuran dan melihat strategi pemasaran sayuran pada petani sayur di Desa Urung Kompas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang hanya berbentuk suatu penjelasan yang menggambarkan keadaan, proses, atau peristiwa tertentu sehingga mengetahui strategi pemasaran sayuran pada petani sayur dengan analisis SWOT untuk melihat faktor internal dan faktor eksternal.

Hasil Penelitian ini berdasarkan hasil analisis SWOT Strategi Diversifikasi cocok untuk petani sayur di Desa Urung Kompas yang berada di kuadran kedua (S-T) di titik (8,44, -0,1) kondisi dimana memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman sehingga meminimalisirkan ancaman dengan cara menambah jenis sayuran yang bernilai jual tinggi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Sayuran, Faktor Internal, Faktor Eksternal, SWOT.

SUMMARY

Dea Kamsiari with the thesis title "Vegetable Marketing Strategy for Vegetable Farmers in Urung Kompas Village, Rantau Selatan District, Labuhanbatu Regency". Supervised by Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., as Chairman of the Advisory Commission and Mr. Nursamsi, S.P., M.M., as Member of the Advisory Commission.

The aim of this research is to determine the internal and external factors that influence vegetable marketing and to look at vegetable marketing strategies for vegetable farmers in Urung Kompas Village. This research uses a qualitative descriptive method which only takes the form of an explanation that describes a particular situation, process or event so as to understand the marketing strategy for vegetables among vegetable farmers with a SWOT analysis to look at internal and external factors.

The results of this research are based on the results of the SWOT analysis of the Diversification Strategy suitable for vegetable farmers in Urung Kompas Village which is in the second quadrant (S-T) at the point (8.44, -0.1) conditions where utilizing strengths to face threats so as to minimize threats by increasing types of vegetables with high selling value.

Keywords: *Marketing Strategy, Vegetables, Internal Factors, External Factors, SWOT.*

RIWAYAT HIDUP

Dea Kamsiari, lahir di Rantauprapat 26 April 2001 dari pasangan Bapak Suryadi dan Ibu Junianti, penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. Tahun 2013 telah menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 112137 Rantauprapat.
2. Tahun 2016 telah menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Rantau Utara.
3. Tahun 2017 telah menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Rantau Utara.
4. Tahun 2019 melanjutkan Pendidikan strata 1 (S1) dan diterima di jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi Mahasiswa Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

1. Tahun 2019 telah mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru (PKKMB) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2019 telah mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. SMART Padang Halaban pada tahun 2022.
4. Melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Perkebunan Brussel.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini, yang berjudul “Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Sayur Di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu”. Adapun skripsi penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat menyelesaikan program Sarjana Pertanian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing.
4. Bapak Nursamsi, S.P., M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing.
5. Kedua orang tua tersayang penulis Bapak Suriyadi dan Ibu Junianti yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moral maupun material.
6. Bapak RM. Azmil Alamsyah Ritonga S.E. selaku Lurah di Desa Urung Kompas yang membantu saya dalam perizinan praktik.
7. Teman-teman Agribisnis stambuk 2019, terkhususnya teman-teman Agribisnis 3 atas bantuan dan dukungannya.

Akhir kata penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran pada proposal ini yang bersifat membangun dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Medan, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY.....	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah.....	5
Tujuan Penelitian	5
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	7
Sayuran	7
Pemasaran	7
Lingkungan Usaha	8
Penelitian Terdahulu	12
Kerangka Pemikiran.....	14
METODE PENELITIAN	16
Metode Penelitian	16
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	16
Metode Penarikan Sampel	16
Metode Pengumpulan Data.....	17
Definisi dan Batasan Operasional	23
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	25
Letak dan Luas Daerah	25
Keadaan Penduduk.....	26
Penggunaan Tanah	28
Sarana dan Prasarana Umum	29
Karakteristik Sampel.....	30

HASIL DAN PEMBAHASAN	33
KESIMPULAN DAN SARAN	48
Kesimpulan	48
Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kecamatan dan Jenis Sayurannya di Kabupaten Labuhanbatu (Ton) 2015.....	2
2.	Contoh Matriks IFE	19
3.	Format Matriks EFE	19
4.	Matriks SWOT.....	22
5.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	26
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Kepala Keluarga	27
7.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Bekerja dan Tidak Bekerja	27
8.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia	28
9.	Sarana dan Prasarana Kelurahan Urung Kompas	29
10.	Karakteristik Responden Penelitian	30
11.	Rata – rata Produksi dan Pendapatan Tanaman Sayur Kangkung dan Bayam.....	33
12.	Daftar Harga Sayuran.....	35
13.	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	38
14.	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	42
15.	Matriks Analisis SWOT.....	45

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Tanaman Hortikultura (Kuintal) di Kabupaten Labuhanbatu Tahun 2021	3
2.	Skema Kerangka Pemikiran.....	15
3.	Diagram SWOT	21
4.	Diagram Matriks SWOT.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Daftar Wawancara Penelitian.....	51
2.	Kuisisioner Penelitian.....	52
3.	Pengisian Bobot dan Rating.....	54
4.	Perhitungan Faktor Internal dan Eksternal.....	55
5.	Produksi dan Pendapatan Tanaman Sayur Kangkung dan Bayam	58
6.	Izin Penelitian	59
7.	Dokumentasi	60

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertanian ialah satu dari sektor terbesar dan menyediakan lapangan kerja bagi penduduk setempat. Diharapkan bagian pertanian bisa menciptakan lapangan kerja, menyediakan bahan industri, produksi pertanian sekaligus meninggikan devisa dan volume serta nilai dari ekspor produk. Satu dari banyaknya komoditi pangan yang saat ini hangat dibicarakan ialah tanaman sayur-sayuran. Untuk meningkatkan pengasilan dari para petani dan untuk signifikansi produk sayuran menjadi lebih baik dari sebelumnya, kemungkinan masalah kedepannya perlu diperhatikan lagi, dan guna meningkatkan kualitas serta kuantitas haruslah mengetahui dan mempelajari bagaimana hortikultura dengan baik. Hortikultura bisa jadi pilihan prioritas agribisnis di Indonesia.

Sayuran sebagai produk agri sekaligus memiliki fungsi untuk memenuhi permintaan hortikultura tahun ke tahun untuk menjaga signifikansi, usaha hortikultura harus dikembangkan lebih luas lagi. Sayuran sudah ramah Namanya di kalangan Masyarakat karena selalu ada didalam aktivitas seharian manusia. Sayuran mengandung nutrisi yang dibutuhkan manusia, yang paling utama ialah vitamin. Sayuran juga direkomendasikan agar dikonsumsi manusia dalam kehidupan sehari-harinya untuk memenuhi permintaan tubuh berupa mineral dan vitamin sesuai porsinya.

Kabupaten Labuhanbatu ialah satu dari banyaknya kabupaten di Sumatera Utara dengan 22 kecamatan, satunya Bernama Kecamatan Rantau Selatan. Sektor pertanian menjadi fokus utama petani disana khususnya disebuah Desa bernama

Desa Urung Kompas adapun tanaman yang diusahakan disana ialah sayuran seperti kangkung dan bayam.

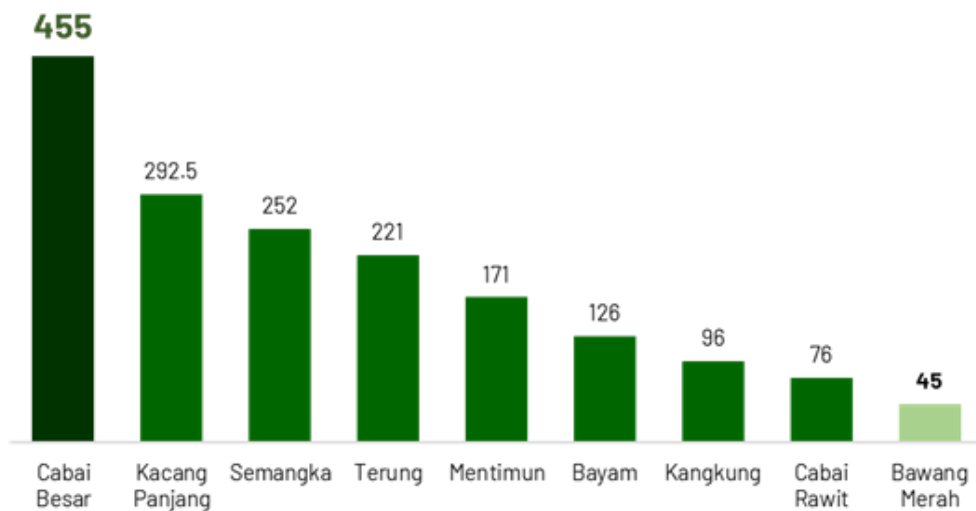
Secara keseluruhan output hortikultura berdasarkan kecamatan dan variannya di kabupaten Labuhanbatu adalah sebagai berikut: (Badan Pusat Statistik, 2016).

Tabel 1. Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kecamatan dan Jenis Sayurannya di Kabupaten Labuhanbatu (Ton) 2015

Kecamatan/ District	Kacang Panjang	Cabe	Terong	Kangkung	Bayam	Ketimun
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Bilah Hulu	-	47	17	40	20	-
Pangkatan	41	78	40	171	150	32
Bilah Barat	54	104	31	101	86	47
Bilah Hilir	13	17	46	56	55	30
Panai Hulu	14	129	33	45	-	31
Panai Tengah	-	16	29	64	32	15
Panai Hilir	-	-	-	25	67	15
Rantau Selatan	83	30	63	220	189	43
Rantau Utara	54	84	32	184	150	25
Labuhanbatu	259	505	291	906	749	238

Sumber: Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Kabupaten Labuhanbatu

Berdasarkan Tabel 1. diatas kecamatan Rantau Selatan pada tahun 2015 hanya memproduksi 6 jenis macam sayuran yaitu cabe, terong, kangkung, kacang panjang, ketimun dan bayam. Di tahun 2021, Kabupaten Labuhanbatu memproduksi sebanyak sembilan jenis tanaman sayuran dan buah-buahan semusim. Pada gambar 1. Cabai besar merupakan komoditi dengan produksi terbanyak yaitu sebesar 455 kuintal, sementara bawang merah merupakan komoditi dengan produksi terendah yaitu sebesar 45 kuintal di Kabupaten Labuhanbatu (Badan Pusat Statistik, 2022).



Gambar 1. Produksi Tanaman Hortikultura (Kuintal) di Kabupaten Labuhanbatu Tahun 2021

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Labuhanbatu

Untuk meningkatkan produksi sayuran membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar sayuran dapat memproduksi lebih banyak dan dapat terjual cepat. Sesuai dengan hasil pemantauan awal pra penelitian memperlihatkan jika alur pemasaran sayuran di Desa Urung Kompas ada kendala-kendala yang ada didalam proses penjualan sayuran, tercermin oleh petani-petani hanya dapat memasarkan hasil panennya sendiri dan juga pengumpul didesa, hasil panen tersebut petani pasarkan sendiri dan pada pedagang pengumpul ke Pasar Tradisional Gelugur. Penerimaan dari petani ke pedagang pengumpul di Pasar Tradisional Gelugur tergolong rendah dan bisa membuat harga penjualan dari komoditi rendah. Dan stok dari sayuran serta panen yang fragile dan tidak tahan lama, maka stok sayuran bisa melebihi kapasitas dan menjadikan harga sayur juga ikut turun hal ini dikarenakan pula sayur-sayuran tersebut mudah didapatkan di daerah Labuhan batu dan sekitarnya.

Aspek lingkungan juga mempengaruhi praktisi petani untuk meraih tujuannya dan mendapatkan laba yang seimbang. Signifikansi dari faktor internal dan eksternal bisa langsung dan tidak langsung mampu mempengaruhi pemasaran petani sayur. Setiap petani bisa dan harus membedakan apa saja faktor yang mempengaruhi lingkungan dan signifikan yang efeknya hasil masa depan petani. Pengertian tentang eksternal dan internal yang menunjukkan petani di dalam perihal identifikasi kelebihan maupun kekurangan yang ada didalam diri atau usahanya sendiri. Untuk eksternal sendiri bisa membantu petani diperihal penentuan kesempatan dan ancaman untuk petani. Strategi dan penyusunan tepat bisa membantu peningkatan kinerja petani sayur. Selain itu, petani berada dalam sebuah ruang yang kompetitif Dimana para saingan bisa berstrategi merebut pasar. Petani sayur dilarang tidak memperhatikan lingkungan inti eksternal dan internal petani.

Petani hortikultura Labuhanbatu dewasa ini masih memakai cara yang tradisional. Cara-cara pemasaran yang dipakai juga hanya menjualkan langsung hasil pertanian ke konsumen, tapi konsumen juga bisa datang ke lokasi panen secara langsung juga. Penjual memakai cara pemasaran Dimana mereka memberikan hasil pertanian kepada konsumen.

Kenyataannya, selama ini petani masih kurang paham sistem pemasaran hasil, jadi petani dalam posisi negosiasi rendah. Satu dari banyaknya masalah krusial adalah langkanya pemikiran petani untuk implementasi strategi cara pemasaran produk. Tantangan lain yaitu pengembangan hasil sayuran yaitu fluktuasi harga yang besar. Signifikansi harga berkala tiap kuartar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal pemasaran sayuran pada petani sayur di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu?
2. Bagaimana strategi pemasaran sayuran pada petani sayur di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pemasaran sayuran pada petani sayur di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran sayuran pada petani sayur di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu.

Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti yang dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan disiplin ilmu yang telah di terima selama perkuliahan serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bagi petani sayur sebagai bahan acuan untuk meningkatkan lagi strategi pemasaran sayuran agar terus bertahan dalam persaingan antar petani yang bergerak di bidang yang sama.

3. Bagi pembaca dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti tentang pemasaran sayuran pada petani sayur.

TINJAUAN PUSTAKA

Sayuran

Hortikultura ialah satu dari banyaknya sektor yang memiliki pangung dalam pendukung ekonomi sebab punya esensi ekonomi yang signifikan kemudian bisa punya sumber pendapatan untuk warga setempatnya (Azzura et al., 2017).

Hortikultura ialah tumbuhan yang punya faktor strategis yang juga menyerap lapangan pekerjaan yang cukup luas dikarenakan selama proses budidayanya serta pasca panen dari tumbuhan hortikultura sendiri yang perlu banyak man power dan untuk distribusi hasil pertanian itu sendiri (Ayu & Dewi, 2021).

Pemasaran

Pada dasarnya, sebuah pemasaran ialah konsep dari ilmu ekonomi guna strategi dalam menjalankan bisnis untuk penetapan strategi yang tujuannya ialah memberi kepuasan berlanjut untuk konsumen, penjual sendiri, dan stakeholder (Sahir et al., 2021).

Sebagian besar perusahaan menerapkan konsep pemasaran dengan strategi menyediakan produk berdasarkan kemauan konsumen agar bisa menawarkan kepuasan dan loyalitas sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan jangka panjang (Rachmat, 2022).

Dalam buku Manajemen Pemasaran Perusahaan, Rachmat (2022) menyatakan organisasi menggunakan strategi pemasaran berikut, dikenal sebagai 4P pemasaran, untuk mengidentifikasi aktivitas pemasaran ideal mereka:

1. Strategi produk: Jasa atau barang (produk) disediakan perusahaan kepada pembeli. Biasanya mengisi penawaran dan atau celah di pasar.

2. Strategi penetapan harga: Perusahaan menyediakan produk atau layanan dengan biaya yang memungkinkannya menghasilkan keuntungan.
3. Strategi Lokasi: Ini mengacu pada tempat konsumen menemukan produk, seperti toko atau kategori produk.
4. Strategi promosi: Strategi promosi adalah bagaimana bisnis membuat konsumen sadar akan produk atau layanan merek.

Lingkungan Usaha

Hal ini terbagi menjadi dua aspek lingkungan, yang pertama ialah lingkungan internal (dalam) dan lingkungan eksternal (luar). Adapun lingkungan internal ialah tiap-tiap faktor yang berasal dari dalam usaha itu sendiri. Sedangkan lingkungan eksternal sendiri juga dibagi lagi ke dua bagian, yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri (Amal et al., 2022)

Menurut Javandira & Gama (2018), Adapun lingkungan internal ialah:

1. Pemasaran dan distribusi

Distribusi marketing artinya transfer produk dan jasa dari pembuat produk ke pembeli (konsumen). Didalam hal tersebut, perlu lagi melakukan observasi ke pasar, mendefinisikan, mengembangkan, menguji feedback pelanggan, menentukan kebutuhan distribusi dan bagaimana melayaninya.

2. Penelitian dan pengembangan

Tahapan ini bisa menjadi kompetitif unggulan atau biasanya juga disebut kekuatan. Berkat dari faktor tersebut, usahawan selalu mempelajari selera atau permintaan dari pasar karena sudah melakukan inovasi dan research untuk produk atau membuat produk yang baru.

3. Kelancaran Operasi

Ialah keunggulan kompetitif perusahaan. Berfungsinya bisnis memiliki peran dan pengaruh yang sangat penting terhadap efisiensi dan efektivitas bisnis.

4. Sumber daya perusahaan dan karyawan

Peran SDM perihal berusaha sangatlah penting. SDM yang memiliki kualitas yang mendukung efisiensi operasional dan juga memiliki keunggulan kompetitif.

5. Keuangan

Adapun manfaat dari keuangan ialah krusial dalam menilai sebuah usaha atau organisasi, dan berguna didalam mengambil sebuah Keputusan. Manfaat dari keuangan perihal usaha hakekatnya adalah menggunakan modal didalam membuat Keputusan memilih sebuah rencana invest. Manfaat mobilisasi modal dan ketersediaan modal Perusahaan.

Faktor eksternal organisasi ialah bisa diklasifikasikan kedalam beberapa sesi yang umum yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industry (jauh dan dekat). Lingkungan ialah eksternal yang belum mempunyai pengaruh secara langsung ke bisnis. Sedangkan lingkungan industry ialah pengaruh lingkungan luar dan bisa mempengaruhi secara langsung bisnis yang meliputi:

1. Faktor ekonomi

Dewasa ini, ekonomi bisa memberikan pengaruh operasi yang strategis di Perusahaan. Tiap-tiap aspek dari ekonomi bisa membantu atau bisa juga menghambat upaya untuk meraih tujuan bisnis yang arahnya pada berhasil atau tidaknya strategi itu lagi. Dan tiap-tiap variabelnya dari sebuah faktor ekonomi itu sendiri bisa menjadi berupa peluang yang baik atau bisa juga menjadi sebuah ancaman.

2. Faktor Sosial

Dalam banyaknya faktor contohnya kepercayaan Masyarakat, penilaian, watak, pandangan dan lifestyle yang diakui Perusahaan. Dari banyaknya aspek-aspek ini bisa berpengaruh signifikan ke bisnis, karena watak dari Masyarakat itu sendiri dan selalu dinamis. Adanya faktor sosial yang berubah-ubah bisa membawa pengaruh kepada permintaan akan jasa atau produk yang diberi oleh penyedia barang. Dengan hal yang demikian, perencana strategis harusnya dapat memantau adanya nilai sosial yang berubah dan guna melihat dari dampaknya terhadap bisnis, baik itu peluang atau ancaman yang ada.

3. Faktor Teknologi

Perubahan dari teknologi bisa menghadirkan sebuah peluang yang besar guna meningkatkan produktivitas, kelancaran operasi, dan efisiensi. Namun, peningkatan kualitas teknologi harus bisa diprediksi menjadi sebuah ancaman untuk Perusahaan. Karena sebab itu, penting bagi tiap para pembuat keputusan untuk paham sebuah perkembangan dari teknologi sedang, lama, dan masa depan. Sebab dengan hal begitu mereka bisa tau aspek juga proses dari bisnis apa saja yang diterapkan pada beberapa teknologi.

4. Faktor politik dan pemerintahan

Sebuah politik yang stagnan dan juga sebuah kebijakan pemerintah yang merupakan sebuah aspek krusial dan harus diperhatikan oleh pembuat rencana strategis ketika seseorang usahawan bisa membuat pertimbangan dari perumusan dan strategi yang bisa dipakai.

Adapun Lingkungan industri usaha meliputi:

1. Faktor pelanggan

Pembuat rencana yang strategis dan efektif memperhatikan pelanggan, keinginan dan juga kebutuhan konsumen. Hal ini dikarenakan, konsistensi sebuah organisasi benar-benar ialah wujud dari pengguna yang memiliki kepercayaan akan produk. Tren di kemudian hari yang bisa menyebabkan adanya perubahan dari daya beli yang juga harusnya dipertimbangkan serta perhitungkan agar konsumen dalam berperilaku harus mengambil pembelian dengan keputusan pembelian bisa dipahami dan bisa dikenal baik dengan manajemen Perusahaan.

2. Faktor pemasok

Faktor dari pemasok, adapun peran dari faktor-faktor pemasok itu sendiri adalah dari perusahaan atau organisasi ialah sangat krusial untuk mitranya. Hal ini diakibatkan karena sebuah ketergantungan yang ada di antara sebuah perusahaan yang dimana produksi barangnya terbagi menjadi produk tertentu dan dengan pemasoknya juga

3. Faktor Persaingan

Faktor persaingan ialah faktor yang berasal dari para pesaing sebuah perusahaan. Pesaing sendiri ialah sebuah organisasi atau perusahaan yang dimana mereka menghasilkan sebuah jasa atau juga produk serupa dari pesaingnya. Seorang pembuat strategi harus benar-benar bisa mempertimbangkan ancaman-ancaman dari para pesaing pada saat mereka merumuskan strategi. Dengan demikian, strategi yang bisa dikembangkan bisa membantu perusahaan-perusahaan atau organisasi-organisasi untuk mampu mencapai tujuan-tujuan mereka dan bisa mempertahankan eksistensi dari perusahaannya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Amal et al., (2022) yang berjudul “Analisis Swot: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Sayuran Hidroponik Di Kota Banda Aceh”. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha sayuran Hidroponik Di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil pengolahan matriks IFE, total skor yang dihasilkan sebesar 3,58. Sedangkan total skor pengolahan matriks EFE adalah sebesar 3,14. Kedua skor tersebut berada di atas 2,5 yang berarti posisi internal cukup kuat.

Penelitian oleh Kipdiyah et al., (2013) yang berjudul “Strategi Rantai Pasok Sayuran Organik Berbasis Petani di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung”. Tujuan penelitian: (1) Mengidentifikasi karakteristik sayuran, para pelaku rantai pasokan, dan analisis deskriptif kondisi lingkungan di Pangalengan, (2) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku rantai pasokan sayuran di Pangalengan adalah pemasok benih, petani, pedagang/kolektor, perusahaan, penjual/eksportir, pasar luar negeri, pasar tradisional dan ritel/supermarket.

Penelitian oleh Kasymir et al., (2019) yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PT SAYURAN SIAP SAJI KABUPATEN BOGOR JAWA BARAT”. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan Strategi Pemasaran PT Sayuran Siap Saji Kabupaten Bogor Barat Jawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk kombinasi strategi nilai IFE sebesar 2,96 dan nilai EFE adalah 2,29 pada matriks IE menunjukkan bahwa posisi bisnis pada kuadran V.

Penelitian yang dilakukan oleh Suparno et al., (2022) yang berjudul “Analisis faktor internal dan eksternal pengembangan perkebunan rakyat kopi Arabika di Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal (IFE) dan faktor eksternal (EFE) pada masyarakat petani kopi di Distrik Anggi Gida dan Distrik Anggi Giji. Hasil analisis IFE dan EFE menunjukkan bahwa petani di Distrik Anggi Giji lebih berpeluang dan berkesempatan (kuadran I: 2,79; 2,79) mengembangkan kopi dari pada petani di Distrik Anggi Gida (kuadran I: 2,61; 2,25). Berdasarkan analisis SWOT baik di Distrik Anggi Gida maupun di Distrik Anggi Giji, pengembangan perkebunan rakyat kopi arabika harus menerapkan strategi yaitu mampu mengoptimalkan lahan (S1,S2, O2, O3, O4), meningkatkan keterampilan teknis (W3, O1, O2, O4), mengoptimalkan kelembagaan kelompok tani (S3, S4,T1,T2,T3,T4), dan membuka jaringan pemasaran (W2, T3, T4).

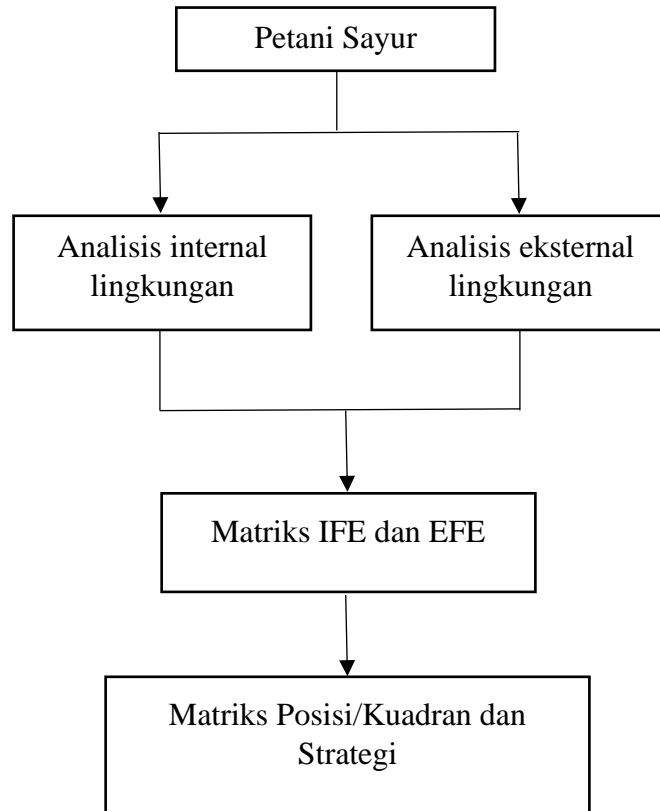
Penelitian yang dilakukan oleh Javandira & Gama, (2018) yang berjudul “ANALISIS FAKTOR LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL USAHA SAYUR ORGANIK (STUDI KASUS PADA UD. EKA SETIA LESTARI DI BATURITI)”. Analisis internal dan kondisi lingkungan eksternal diperlukan untuk memberikan gambaran tentang posisi perusahaan dan mencari solusi agar perusahaan dapat bersaing dan tetap eksis. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal UD. Eka Setia Lestari berada di posisi rata-rata. Perlu ada pembenahan di internal maupun eksternal perusahaan guna meningkatkan posisinya menjadi lebih baik.

Kerangka Pemikiran

Sayuran sebagai bahan baku pertanian dan untuk memenuhi kebutuhan nutrisi sayuran. Jumlah produksinya terus meningkat setiap tahun, yang berarti budidaya sayuran perlu dikembangkan lebih luas lagi. Adapun strategi marketing ialah sekumpulan upaya-upaya yang dipakai oleh pembisnis atau orang yang mengelola organisasi guna mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan dan memasarkan produk atau jasa sendiri dan menggunakan sebuah perencanaan pola yang sudah dirangkai sedemikian rupa, hal ini dimaksudkan agar penjualan bisa menjadi meningkat dari biasanya.

Adapun tujuan utama dari sistem pemasaran ini ialah untuk menjalin adanya hubungan-hubungan timbal balik dan saling menguntungkan satu sama lain antar pembeli dan penjual produk. Tujuan ini dapat terwujud jika strategi pemasaran itu sendiri diterapkan dengan benar oleh penjual. Strategi marketing atau strategi pemasaran tentunya tidak akan bisa dijalankan sendiri jika tidak dibentuk atas dasar analisis pasar internal dan eksternal terlebih dahulu kepada para petani dan penjual tanaman hortikultura.

Adapun sebuah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat) membahas perihal faktor-faktor yang internal dan eksternal yang dimana contohnya adalah seperti kelemahan dan kekuatan dan juga ancaman dan peluang yang harus dihadapi oleh para petani-petani atau juga penjual tanaman hortikultura khususnya lagi petani sayur. Analisis ini bisa memberikan keputusan strategis yang baik untuk mampu menjadi prioritas kepada para petani. Berikut adalah skema dari kerangka pemikiran untuk penelitian ini yang berhubungan dengan faktor-faktor yang tersedia. Adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif, Dimana artinya hanya berbentuk sebuah penjelasan dan menggambarkan sebuah gambaran di lapangan, sebuah proses, dan peristiwa-peristiwa tertentu saja (Artawan et al., 2014). Sedangkan penelitian kualitatif berarti jenis penelitian yang dimana prosedurnya tidak melibatkan prosedur statistik data atau kuantitatif (Salim & Syahrudin, 2012).

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Untuk penentuan lokasi penelitian sendiri dilakukan secara sengaja (purposive) yang artinya pemilihan lokasi ini atas pertimbangan yang sudah diketahui sebelum dan juga dipilih karena keputusan-keputusan dari hasil pra-penelitian sebelumnya.

Lokasi untuk penelitian ini adalah Desa Urung Kompas, Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara.

Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2016), Populasi ialah sebuah daerah generalisasi yang cakupannya atas objek atau subjek yang punya karakteristik dan kualitas-kualitas tertentu dan ditetapkan peneliti guna kedepannya bisa dipelajari dan terjadinya sebuah penarikan kesimpulan. Didalam penelitian ini, populasi sebanyak 30 petani hortikultura yang dimana sebelumnya diputuskan saat pra-survey ke lapangan. Populasi yang dipakai didalam penelitian ini relative kecil, karena sebab itulah maka semua anggota populasi dijadikan sampel.

Sampel ialah sebuah bagian karakteristik dan jumlah dari populasi (Sugiyono, 2016). Adapun teknik pengambilan yang dilakukan menggunakan metode sampling sensus atau sampling jenuh. Sampling sensus ini ialah teknik dari penentuan sebuah sampel yang apabila anggotanya dari populasi dipakai menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Hal ini disebabkan sebuah populasi yang dipakai relative kecil.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data di penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer ialah data-data yang didapat secara langsung dari olahan hasil penelitian dari lapangan. Dalam pembahasan ini, sebuah data primer yang dimaksud adalah data-data peneliti yang diperoleh langsung melalui olahan hasil observasi lapangan maupun hasil wawancara atau tanya jawab kepada para petani sayur yang ada di Desa Urung Kompas, Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu.

b. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data-data tersedia yang sudah ada dan prosesnya mudah dicari, dimana kita hanya perlu mengumpulkan setelah mendapatkannya. Data sekunder bisa didapat secara mudah dan cepat. Data sekunder bisa diperoleh dari perpustakaan, perusahaan, organisasi, website, jurnal penelitian, kantor pemerintahan, atau bahkan ke pedagang. Dalam penelitian ini sendiri, data sekunder yang dipakai berasal dari artikel, literatur penelitian terdahulu, dan atau data-data relevan yang sudah dikeluarkan dari Lembaga pemerintahan atau dari instansi-instansi terkait.

Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan dalam menjelaskan rumusan masalah yang pertama ialah analisis deskriptif, dimana analisis ini digunakan untuk melihat gambaran dari faktor – faktor luar dan dalam petani sayur. Sesudahnya faktor dalam dan luar diketahui, IFE dan EFE disusun untuk merumuskan faktor – faktor strategi internal dan eksternal.

Pengelompokan dari faktor-faktor eksternal dan internal dapat dilakukan menggunakan analisis IFE dan EFE. Dimana untuk kelanjutannya akan diperinci di penjelasan dibawah ini:

1. IFE (Internal Factor Evaluation)

Adapun penganalisan lingkungan internal dapat dilaksanakan dengan penyederhanaan serta pengujian kelemahan serta kekuatan di dalam perusahaan atau organisasi. Langkah-langkah didalam membuat matrik IFE adalah:

- 1) Tentukan faktor pemicu kekuatan serta kelemahan pada pemasaran petani
- 2) Tentukan skala kepada tiap variabel memakai skala 1 sampai 3 sesuai horizontal masing-masing. Skala ini bisa dipakai untuk mengisi kolom.
- 3) Selanjutnya berikan peringkat/rating 1 sampai 4 untuk tiap faktor bisa melihat apakah faktor tersebut lemah (1) sampai kekuatan utama (4)
- 4) Kalikan setiap bobot faktor dengan peringkat guna memperoleh skor terhadap setiap variabel.
- 5) Jumlahkan average skor tiap variabel. Apabila average skor dibawah 2,5 maka organisasi lemah dalam hal internal. Tapi jika nilai average diatas 2,5 maka internal memiliki posisi yang kuat.

Tabel 2. Contoh Matriks IFE

No.	Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
1.	Kategori sebagai kekuatan			
2.	Kategori sebagai kelemahan			
	Total			

2. Teknik EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Dalam analisis ini, perlakuan penyederhanaan memakai uji peluang sekaligus ancaman di perusahaan. Langkah-langkah didalam pembuatan matrik ini adalah sebagai berikut:

- 1) Tentukan pemicu utama dari penentuan peluang dan ancaman di pemasaran petani sayur.
- 2) Tentukan taraf untuk tiap variabel memakai skala 1 sampai 3. Yang dimana nantinya skala ini dipakai untuk mengisi kolom.
- 3) Selanjutnya berikan peringkat 1 sampai 4 agar tiap faktor bisa dilihat apakah terindikasi lemah atau kuat.
- 4) Kalikan tiap faktor sama peringkat agar bisa mendapat skor per variabel.
- 5) Jumlahkan average skor di tiap tiap variabel. Apabila total average dibawah 2,5 hal ini mengindikasikan bahwa petani sayur lemah eksternal. Dan apabila nilai average diatas 2,5 maka eksternal perusahaan memiliki posisi yang kuat.

Tabel 3. Format Matriks EFE

No.	Faktor Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
1.	Kategori sebagai peluang			
2.	Kategori sebagai ancaman			
	Total			

Untuk menyelesaikan rumusan masalah kedua tentang strategi pemasaran sayuran pada petani sayur di Desa Urung Kompas yaitu dengan metode SWOT. Metode SWOT ini ialah metode yang bisa membantu dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sebuah perusahaan atau organisasi tersistematis guna bisa tau faktor-faktor dari pemasaran itu sendiri. Analisis SWOT mampu memberikan gambaran yang nyata dari hubungan sebuah organisasi dan lingkungannya guna menciptakan strategi yang maksimal dan bisa meminimalisir ancaman yang ada. Berikut deskripsi dari SWOT:

a) *Strength* (Kekuatan)

Strength (Kekuatan) merupakan keunggulan organisasi dari pesaing yang dimana permintaan pasarnya bisa dilayani dari perusahaan. Adapun contohnya pada faktor ini ialah kekuatan sumber keuangan, dan perawakan yang positif, posisi di pasar, komunikasi dengan pemasok, citra terhadap konsumen, dan pihak-pihak stakeholder.

b) *Weakness* (Kelemahan)

Weakness (Kelemahan) ialah batasan ataupun ketidakcukupan perihal sumberdaya, kapabilitas, dan keterampilan dalam masalah dari kerja yang efektif di sebuah perusahaan atau juga organisasi. Adapun hambatan-hambatan dapat dilihat di sesi sarana dan juga prasarana, kesanggupan manajemen yang tergolong rendah, pemasaran yang tidak relevan dengan permintaan konsumen, barang tidak relevan dengan minat para konsumen atau penikmat dan juga Tingkat dari laba atau keuntungan yang tidak atau belum mencapai target.

c) *Opportunity* (Peluang)

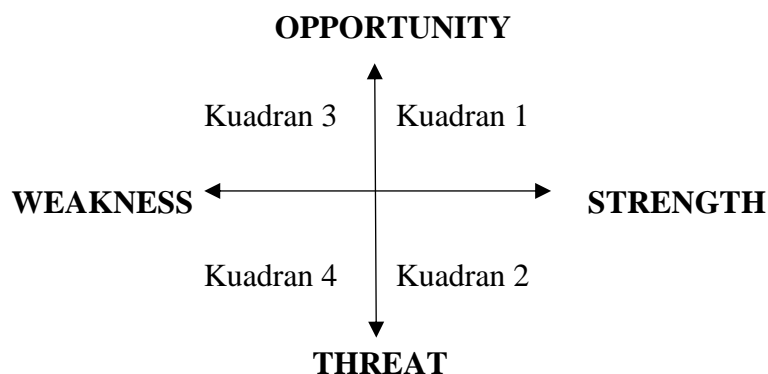
Opportunity (Peluang) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Adapun maksud dari peluang ialah:

- 1) Hubungan dengan pembeli yang akrab.
- 2) Hubungan stakeholder yang akrab
- 3) Kencendrungan prioritas pengguna barang
- 4) Pengklasifikasian sebuah segment yang kurang mendapat point

d) *Threats* (Ancaman)

Threats (Ancaman) merupakan kumpulan dari banyaknya aspek dan tidak memiliki keuntungan untuk sebuah bisnis, Dan apabila tidak diatasi, hal ini akan membahayakan bisnis untuk masa depan atau sekarang. Ada berbagai contoh dari ancaman tersebut, yaitu:

- 1) Adanya kompetitor di pasar yang baru
- 2) Tren pasar lambat
- 3) Signifikansi permintaan dan penawaran produk
- 4) Perkembangan dan perubahan teknologi.
- 5) Perubahan dalam peraturan perundang-undang.



Gambar 3. Diagram SWOT

Kuadran I (positif,positif)

Ialah sebuah keadaan yang membawa keuntungan bagi petani, petani yang punya kekuatan atau juga peluang bisa dapat sebuah manfaat peluang yang tersedia.

Kuadran II (positif,negatif)

Meski memiliki sebuah ancaman, petani sayur masih punya peluang dan kekuatan yang berasal dari segi internal sehingga memanfaatkan kekuatan tersebut dalam jangka panjang.

Kuadran III (negatif,positif)

Petani hortikultura bisa menghadapi pasar yang memiliki peluang yang cukup besar, akan tetapi dipihak yang lain pasti akan berhadapan dengan kendala-kendala yang ada atau disebut juga internal yang lemah.

Kuadran IV (negatif,negatif)

Keadaan ini tidak akan membawa keuntungan, dimana petani akan berhadapan langsung dengan banyaknya ancaman-ancaman dan lemahnya keadaan internal.

Tabel 4. Matriks SWOT

IFE	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
EFE	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
OPPORTUNITIES (S)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
THREATS (T)		

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi

1. Petani sayuran ialah petani yang memiliki usahatani sayuran atau hortikultura.
2. Sayuran ialah pangan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan dan memiliki kandungan air yang cukup tinggi didalamnya, baik jika dikonsumsi pada saat masih segar.
3. Aspek lingkungan ialah satu faktor yang mengklasifikasikan aspek lainnya yang menyusun kerangka usaha dan bisa berpengaruh terhadap tujuan yang memperoleh keuntungan (strength) maupun faktor yang membawa kerugian (kelemahan) pada usahannya sayuran pada petani sayuran.
4. Faktor lingkungan luar ialah sebuah analisis yang dipakai untuk mendapatkan aspek-aspek yang strategis diluar dari usaha mempengaruhi peluang berhasilnya sebuah tujuan (opportunity) ataupun faktor-faktor yang mengancam usaha petani sayur.
5. Pemasaran ialah sebuah aktivitas sosial yang dimana dalamnya terdapat individu yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan untuk bisa membuat penawaran yang bebas dan pertukaran produk dengan pembeli.
6. Analisis lingkungan internal (IFE) dilakukan guna menyederhanakan serta menguji kekuatan dan kelemahan pada petani sayur.
7. Analisis lingkungan eksternal (EFE) dilakukan guna menyederhanakan serta menguji peluang dan ancaman pada petani sayur.

8. Matrik Internal Eksternal (IE) tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail.
9. Analisis SWOT, ialah indentifikasi faktor internal (*strength* dan *weakness*) dan faktor eksternal (*opportunitiy* dan *threat*) dari sebuah organisasi terstruktur agar bisa tau aspek-aspek pengaruh dari marketing hortikultura.

Batasan Operasional

1. Penelitian dilakukan di Desa Urung Kompas, Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu, Provinisi Sumatera Utara.
2. Populasi penelitian adalah petani yang berusahatani sayur bayam dan kangkung.
3. Sampel dalam peneltian ini adalah 30 orang petani sayur bayam dan kangkung.
4. Penelitian dilaksanakan tahun 2023.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Observasi ini dilakukan di Desa Kelurahan Urung Kompas di Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu. Kelurahan Urung Kompas ini terletak di ketinggian ± 43 m dari permukaan air laut. Kelurahan Urung Kompas adalah salah satu dari Sembilan Kelurahan yang ada pada Kecamatan Rantau Selatan. Letak dan Geografi Kelurahan Urung Kompas yaitu $1^{\circ}26$ s/d $2^{\circ}11$ LU – $97^{\circ}07$ s/d $99^{\circ}53$ BT. Kelurahan Urung Kompas memiliki 11 (Sebelas) Lingkungan, yaitu :

- a. Lingkungan Padang Pasir
- b. Lingkungan Suka Dame
- c. Lingkungan Simpang tiga
- d. Lingkungan Kampung Lalang
- e. Lingkungan Perumnas
- f. Lingkungan Sidorukun
- g. Lingkungan Kampung Salam
- h. Lingkungan Sioldengan
- i. Lingkungan Kebun Jambu Gang Becek
- j. Lingkungan Komplek Perumahan Padang Pasir Indah

Batas-batas Desa Urung Kompas sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatas dengan Kel. Sioldengan dan Sei Bilah
- Sebelah Selatan berbatas dengan Kel. Danau balai dan Sungai Aek Tapa
- Sebelah Timur berbatas dengan Desa Tebing Linghahara.
- Sebelah Barat berbatas dengan Kel. Bakaran Batu dan Kel.Sioldengan

Luas wilayah Kelurahan Urung Kompas 1.005 Ha.

Keadaan Penduduk

Keadaan umum penduduk yang tinggal di Desa Urung Kompas bisa terlihat dan telah tersajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Nama Lingkungan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Suka Dame	1.045	1.030	2.075
2.	Simp. IV Pd. Pasir	1.048	1.060	2.108
3.	Simpang III	340	336	676
4.	Kampung Lalang	490	470	960
5.	Perumnas	535	510	1.045
6.	Sidorukun	400	410	810
7.	Kampung Salam	289	275	564
8.	Sioldengan	187	153	340
9.	Graha	518	590	1.108
10.	Kebun Jambu	150	108	258
11.	Komplek PPI	250	203	453
Jumlah		5.252	5.145	10.397

Sumber: Data Kependudukan Kelurahan Urung Kompas 2023

Berdasarkan Tabel 5. Diatas, Ada 11 lingkungan yang ada di kelurahan Urung Kompas. ditunjukkan pula pada Tabel 5 ini, jika Desa Urung Kompas punya kapasitas penduduk sebanyak 10.397 jiwa. Dan banyaknya penduduk berjenis kelamin Perempuan di desa ini tergolong lebih sedikit daripada penduduk laki-lakinya. Adapun jumlah penduduk Perempuan sebanyak 5.145 dan penduduk laki-laki sebanyak 5.252 jiwa.

Kemudian adapun, keadaan umum penduduk di Desa Urung Kompas berdasarkan KK dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kepala Keluarga

No	Nama Lingkungan	Jumlah KK
1.	Suka Dame	525
2.	Simpang IV Padang Pasir	620
3.	Simpang III	169
4.	Kampung Lalang	240
5.	Perumnas	281
6.	Sidorukun	204
7.	Kampung Salam	141
8.	Sioldengan	85
9.	Graha	419
10.	Kebun Jambu Gg. Becek	112
11.	Komplek PPI	1.06
Jumlah		2.902

Sumber: Data Kependudukan Kelurahan Urung Kompas 2023

Berdasarkan data kependudukan Kelurahan Urung Kompas diatas 10.397 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 2.902 KK.

Keadaan umum penduduk di Desa Urung Kompas berdasarkan jumlah penduduk yang bekerja dan tidak bekerja dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Bekerja dan Tidak Bekerja

No.	Nama Lingkungan	Jumlah Penduduk	
		Bekerja	Tidak Bekerja
1.	Suka Dame	1.481	492
2.	Simp. IV Pd. Pasir	1.776	604
3.	Simpang III	536	140
4.	Kampung Lalang	739	221
5.	Perumnas	805	240
6.	Sidorukun	822	246
7.	Kampung Salam	402	162
8.	Sioldengan	253	87
9.	Graha	866	242
Jumlah		7.680	2.434

Sumber: Data Kependudukan Kelurahan Urung Kompas 2021

Data pada Tabel 7. menunjukkan bahwa di Desa Urung Kompas jumlah penduduk yang bekerja lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk yang

tidak bekerja. Jumlah penduduk yang bekerja 7.680 jiwa sedangkan yang tidak bekerja sebanyak 2.432 jiwa.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia

No.	Nama Lingkungan	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia		
		Usia 0-16 Tahun	Usia 17-60 Tahun	Usia 60 Tahun
1.	Suka Dame	306	1.495	172
2.	Simp. IV Pd. Pasir	375	1.767	238
3.	Simpang III	102	506	68
4.	Kampung Lalang	144	720	96
5.	Perumnas	157	784	104
6.	Sidorukun	160	801	107
7.	Kampung Salam	85	423	56
8.	Sioldengan	51	255	34
9.	Graha	166	831	111
Jumlah		1.546	7.582	986

Sumber: Data Kependudukan Kelurahan Urung Kompas 2021

Pada tabel jumlah penduduk berdasarkan tingkat usia di Kelurahan Urung Kompas didominasi oleh usia 17-60 tahun. karena daerah ini merupakan tempat tinggal penduduk yang bekerja.

Agama yang dianut oleh masyarakat Desa Urung Kompas yaitu Islam, Kristen dan Budha. Etnis Suku yang ada di Kelurahan Urung Kompas, yaitu : Jawa, Batak, Mandailing, Karo, Melayu, dan Tionghoa.

Penggunaan Tanah

Berikut adalah luas penggunaan tanah pertanian di Desa Urung Kompas tahun 2023 :

1. Sawah = 25 Ha
2. Kebun karet = 5 Ha
3. Kepala Sawit = 498 Ha
4. Palawija = 5 Ha

Sarana dan Prasarana Umum

Berikut ini adalah tabel mengenai keberadaan sarana dan prasarana yang terdapat di Kelurahan Urung Kompas:

Tabel 9. Sarana dan Prasarana Kelurahan Urung Kompas

No.	Sarana dan Prasarana Umum	Jumlah
1.	Masjid	11
2.	Mushollah	4
3.	Gereja	3
4.	Puskesmas	2
5.	PAUD	3
6.	TK	2
7.	SD/Negeri	3
8.	Madrasyah	2
9.	SLTP	-
10.	Akademi	1
Jumlah		33

Sumber: Data Kelurahan Urung Kompas 2023

Pada tabel tersebut terlihat bahwa di Kelurahan Urung Kompas sudah memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai untuk menunjang tingkat pendidikan. Selain itu, sarana pendidikan yang lainya juga diminati oleh masyarakat sekitar Urung Kompas.

Kelembagaan :

1. Kantor Pemerintah yang ada di Kelurahan Urung Kompas ini yaitu :
 - Kantor kementerian Agama
2. Organisasi kemasyarakatan yaitu :
 - Perwiritan kaum bapak = 9 Kelompok
 - Perwiritan kaum ibu = 12 Kelompok
 - Perwiritan remaja = 5 Kelompok
3. Lembaga Ketahanan Masyarakat Kelurahan (LKMK) di Kelurahan Urung Kompas.
4. Forum Kemitraan Polisi dan Masyarakat (POLMAS).

5. Pengurus PKK Kelurahan Urung Kompas telah disempurnakan sesuai dengan Keputusan Kepala Kantor Kelurahan Urung Kompas Nomor : 412.4 / /KESOS-PMDK/2016.

Kesehatan :

Di Kelurahan Urung Kompas ada 2 buah puskesmas, yaitu :

1. Satu buah (Pustu) di Lingkungan Kampung Salam
Satu buah (Puskesmas) di Lingkungan Suka Dame
2. POSYANDU BALITA = 8 Kelompok
3. POSYANDU LANSIA = 1 Kelompok
4. Petugas Bidan Desa = 2 Orang

Karakteristik Sampel

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden. Responden yang diambil tidak memiliki karakteristik tertentu. Semua populasi dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Tabel 10. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Jumlah Responden
Umur	
30 tahun	1
31-60 tahun	21
61-70 tahun	8
Pekerjaan Utama	
Petani	30
Pendidikan Terakhir	
SD	1
SMP	10
SMA/SMK	17
Sarjana	2
Kepemilikan Lahan	
Sewa	30

Sumber: Data Primer Penelitian, 2023.

Umur Responden

Karakteristik dari responden di desa memperlihatkan jika usahatani sayuran kangkung dan bayam menjadi komoditi mayoritas yang dibudidayakan oleh para petani dengan kisaran umur 31 sampai 60 tahun sebanyak 21 responden. Adapun warga yang melakukan kegiatan berusahatani sayur bayam dan kangkung sebanyak 1 responden. Untuk umur 61 sampai 70 ada 8 responden, Dan umur 30 tahun pada hakekatnya adalah usia produktif dan bisa melaksanakan budidaya taninya lebih daik lagi daripada kelompok usia dibawahnya.

Namun hal ini sangat disayangkan karena keinginan warga dengan usia produktif tidak punya minat untuk membudidayakan suatu komoditi pertanian dan lebih suka kepada pekerjaan yang bekerja dikantor. Hal ini sesuai dengan penelitian Widiarta et al., (2011) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa usia produktif lebih minat kepada pekerjaan kantoran dibanding menjadi petani atau seseorang yang memiliki usaha.

Pekerjaan Utama

Pekerjaan prioritas dari responden-responden di desa ini ialah petani. Para warga di pedesaan menjadikan lahan pertanian menjadi sebuah lapangan pekerjaan yang menjanjikan. Adapun pekerjaan prioritas adalah fokus utama dari para responden. Orang yang menjadi petani akan menjadikan pekerjaannya lebih baik.

Menjadi petani berarti seseorang akan memaksimalkan usahanya. Hal ini sesuai seperti pada penelitian Suratiyah, (2015) yang didalamnya menyatakan bahwa intensifikasi ialah manajemen untuk mengelola hasil usahatani dalam memodalkan tenaga kerja pada satu luasan lahan.

Pendidikan Terakhir

Adapun jenjang pendidikan para responden di Desa Urung Kompas ini tergolong kurang dan tidak adanya sarjana, Bisa dilihat dari data memperlihatkan bawa responden dengan tingkat pendidikan SD adalah 1 responden, SMP 10 responden, SMA 17 responden, dan 2 responden sarjana.

Taraf pendidikan para petani akan mempengaruhi Tingkat kebiasaan petani dalam menguasai teknologi usahatani padi sawah. Seorang petani dengan keadaan pendidikan tinggi akan lebih bisa untuk belajar menggunakan teknologi pertanian modern, jadi mereka bisa melaksanakan usahatannya lebih efisien lagi.

Kepemilikan Lahan

Kepemilikan lahan responden di Desa Urung Kompas adalah lahan sewa. Data menunjukkan bahwa seluruh responden menggunakan lahan sewa. Petani yang menggunakan lahan sewa sebanyak 30 petani. Petani menyewa lahan dikarenakan kurangnya lahan yang mereka miliki, sebagian besar juga lahan dijadikan lahan perkebunan dan perumahan atau permukiman. Rata - rata petani di Desa Urung Kompas menyewa lahan untuk usahatani kangkung dan bayam sekitar 1 - 5 rante atau 20 m x 20 m – 100 m x 100 m. Harga sewa yang dibayarkan petani juga berbeda – beda sekitar 500 ribu/tahun – 3 juta/tahun. Harga sewa tergantung seberapa bagus lahan tersebut dan seberapa luas mereka menyewa lahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Sayur di Desa Urung Kompas

Strategi pemasaran untuk sayuran hortikultura di Desa Urung Kompas sangat memegang sebuah peran penting dalam mencapai tujuan, sebab marketing akan mengarahkan dan menindaklanjuti apa dan bagaimana Tindakan itu sendiri akan dilaksanakan untuk mencapai keinginan bersama. Penentuan strategi marketing sangatlah krusial guna mengembangkan sistem pemasaran untuk petani sayur, jadi bisa menyaingi para petani – petani yang juga mengusahakan komoditi yang sama.

Tabel 11. Rata – rata Produksi dan Pendapatan Tanaman Sayur Kangkung dan Bayam

Produksi Bayam (ikat)	Produksi kangkung (ikat)	Pendapatan/bulan (Rp.)
79	125	3.477.667

Sumber: Data Primer, Diolah 2023

Tabel 11. tersebut menjelaskan rata – rata dari produksi yang dihasilkan petani di desa tersebut yaitu 79 ikat bayam dan 125 ikat kangkung dengan penghasilan rata-rata Rp.3.477.667. Untuk meningkatkan produksi sayuran maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik agar sayuran dapat memproduksi lebih banyak dan pendapatan yang maksimal. Maka dari itu, dalam menentukan strategi untuk petani akan sangat krusial eksistensi dari marketing itu sendiri perlu diatur konsepnya terhadap pemasaran jadi barang-barang atau jasa sayuran hortikultura yang diproduksi para petani sayur di Desa Urung Kompas.

Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Petani Sayur di Desa Urung Kompas

Dari wawancara yang sudah dilakukan, kemudian data diolah yang didapati dari usahatani hortikultura di Desa Ujung Kompas, hasil menyatakan bahwa ada yang menjadi faktor eksternal dan internal dari para petani hortikultura di Desa Urung Kompas adalah sebagai berikut ini:

Faktor Internal

Faktor-faktor internal akan dianalisis dan ditemukan beberapa faktor yang asalnya dari dalam kegiatan para petani sendiri yang berupa faktor kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness).

Kekuatan (*Strength*)

1) Sayuran Segar

Setiap komoditi hortikultura yang dipanen dan dijual dari petani sayuran di Desa Urung Kompas merupakan sayuran segar. Adapun pengaturan manajemen yang diterapkan pada saat memilih sayur dan dipanen serta harus dijual. Hortikultura yang dipanen di sore akan di pasarkan subuh hari ke pasar Gelugur Rantauprapat.

2) Perawatan yang mudah

Perawatan yang mudah menjadi kekuatan petani sayur. Perawatan yang dilakukan petani tidak begitu sulit dimana petani menyiram tanaman sehari sekali di sore hari apabila cuaca hujan petani tidak menyiram lagi tanaman. Untuk pemupukan juga dilakukan 1 kali dalam seminggu menggunakan pupuk urea dan pupuk kandang. Untuk penyemprotan racun dilakukan jika ada serangan hama.

3) Lokasi yang strategis

Lokasinya juga strategis dimana tidak terganggu dengan hiruk pikuk lalu lintas dan nyaman. Lokasi khusus lahan sayuran dekat dengan perumahan di Desa Urung Kompas sehingga memudahkan para petani menjangkau lokasi tersebut.

4) Pasar yang tersedia

Ragam sayur atau produk hortikultura yang bisa dibeli para pembeli ialah datang langsung ke lokasi kebun atau juga bisa datang ke pasar Gelugur, yang dimana pasar ini adalah pasar tradisional yang ada di kota Rantauprapat.

5) Harga jual yang terjangkau

Nilai jual tanaman hortikultura yang diberikan ke pelanggan tergolong murah dan cukup bisa dijangkau. Hal ini diakibatkan dari biaya awal atau biaya input yang terminimalisir dan tergantung penawaran dipasar. Adapun daftar harga sayuran adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Daftar Harga Sayuran

Jenis Sayur	Rp/ikat
Bayam	2.000 – 5.000
Kangkung	1.500 – 2.000

Sumber: Data Primer, Diolah 2023

6) Manajemen usaha yang efektif

Perihal pengelolaan manajemen hortikultura, Sebagian dari banyaknya petani yang punya kalender untuk menanam guna pemenuhan permintaan hortikultura, pengaturan SDM, sifat kekeluargaan, proses pemeriksaan efektif guna menjaga kuantitas dari sayuran itu sendiri.

Kelemahan (*Weakness*)

1) Lahan terbatas

Lahan yang terbatas menjadi kelemahan dalam memproduksi sayuran. Lahan yang digunakan petani di Desa Urung Kompas merupakan milik orang lain dimana para petani menyewa lahan tersebut kepada pemilik tanah. Petani menyewa lahan rata – rata 1 - 5 rante atau 20m x 20 m – 100 m x 100 m. Harga sewa lahan sekitar 500 ribu – 3 juta per tahun. Dengan demikian membuat produksi sayuran tidak terlalu banyak sekitar 100 ikat kangkung dan 50 ikat bayam setiap panennya.

2) Ragam sayuran tidak terlalu banyak

Ragam sayuran tidak terlalu banyak yang diproduksi para petani di lokasi penelitian tersebut. Tanaman yang utama diusahakan para petani yaitu sayur bayam dan kangkung. Ada juga petani yang menanam sayur sawi dan kacang panjang sebagai tanaman sampingan apabila cuaca bagus. Ragam sayuran yang tidak terlalu banyak menjadi kelemahan para petani.

3) Keterbatasan tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja yang masih kurang berdampak pada volume hasil produksi yang dihasilkan. Sumber daya manusia yang dimanfaatkan menjadi tenaga kerja juga jumlahnya hanya 1 sampai 2 orang guna mengerjakan kerjaan pertanian yang dimana sebagai seorang pekerja mereka dari keluarga sendiri. Ada salah satu petani memperkerjakan pekerja selain dari keluarga sendiri apabila kekurangan pekerja, sistem ini disebut borongan.

4) Keterbatasan Modal

Perihal permodalan, seorang petani akan memiliki modal mereka sendiri dan terkadang juga bantuan dari keluarga, akan tetapi bisa juga asalnya dari pinjaman-pinjaman yang diberikan oleh bank. Permodalan lebih bergantung pada modal pemilik karena kurangnya lembaga yang mendukung petani. Adapun tantangan modal yang acap kali muncul adalah disebabkan hasil dari penjualan yang kadang tidak sengaja dipakai guna pemenuhan kebutuhan dari petani pribadi atau rumah tangga si petani itu sendiri.

5) Teknologi informasi yang masih sederhana

Jika seorang petani dasarnya juga belum bisa dan mampu menggunakan teknologi-teknologi informasi yang ada untuk dimanfaatkan menjadi alat perluasan jaringan marketing untuk produknya, maka hal ini akan membawa ketidakuntungan untuk para petani itu sendiri, sebab akan kalah saing dengan para petani yang sudah dan terlebih dahulu mampu memasarkan produknya dengan memakai bantuan teknologi. Teknologi-teknologi informasi yang ada dan tersedia dan telah digunakan masih sederhana, jaringan pemasaran petani hanya disekitar satu pasar saja. Dengan demikian kurangnya promosi.

Analisis Matriks IFE

Sesuai dengan analisis faktor internal yang sudah dilakukan, ada beberapa hal yang jadi kelemahan dan juga kekuatan. Dan langkah berikutnya yaitu perhitungan dari bobot atau rating pada kuesioner, hal ini dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 13. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Faktor – Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor Total (B x R)
Kekuatan (Strength)			
1. Sayuran segar	0,11	3,23	0,36
2. Perawatan yang mudah	0,11	3,27	0,36
3. Lokasi yang strategis	0,11	3,2	0,35
4. Pasar yang tersedia	0,11	3,1	0,33
5. Harga jual yang terjangkau	0,11	3,27	0,36
6. Manajemen usaha yang efektif	0,10	2,83	0,27
Sub Total	0,65	18,9	2,03
Kekurangan (Weakness)			
1. Lahan terbatas	0,08	2,43	0,20
2. Ragam sayuran tidak terlalu banyak	0,07	2,13	0,16
3. Keterbatasan tenaga kerja	0,07	2	0,14
4. Keterbatasan modal	0,07	1,93	0,13
5. Teknologi informasi yang masih sederhana	0,07	1,97	0,13
Sub Total	0,36	10,46	0,75
Total	1	29,36	2,78

Sumber: Data Primer, Diolah 2023

Berdasarkan tabel 13. Dapat dilihat bahwa faktor internal perawatan yang mudah dan harga jual yang terjangkau menjadi hal krusial di bagian kolom kekuatan dengan skor 0,36. Pada kolom kelemahan (weakness) faktor lahan terbatas menjadi faktor utama dengan nilai skor 0,20. Total nilai rata-rata skor 2,78 maka internal petani sayur tersebut mengindikasikan posisi yang kuat.

Faktor Eskternal

Faktor eksternal (faktor luar) yang telah dianalisis ialah faktor yang berasal diluar kegiatan-kegiatan si petani sendiri, baik itu faktor peluang atau juga bisa faktor ancaman.

Peluang (*Opportunities*)

1) Telah memiliki pelanggan tetap

Para pembeli atau konsumen bisa menjadi setia akan produk petani hortikultura di daerah penelitian. Dari banyaknya pelanggan-pelanggan tersebut ada yang berasal dari beberapa kalangan, contohnya dari kalangan ibu rumah tangga dan usaha makanan. Konsumen ini percaya bahwa produk sayuran segar dan harga yang terjangkau. Konsumen-konsumen akan membeli produk yang bisa dibeli secara perorangan saja atau bisa juga melakukan pembelian secara berkelompok seperti dengan teman atau dengan keluarga. Dari representasi minat pembeli yang tinggi maka para konsumen bisa melonjak bertambah dikarenakan besarnya peluang dari pasar yang ada pada produk hortikultura yang beredar di Masyarakat.

2) Teknologi pertanian yang semakin berkembang

Dewasa ini banyak telah beredar cara-cara dan teknologi baru di sektor ini. Akibat berkembangnya teknologi dalam bidang pertanian para petani di lokasi penelitian tersebut menggunakan mesin dalam penyiraman tanaman sehingga memudahkan petani dalam penyiram tanaman yang luasnya 20 x 20 m – 100 x 100 m.

3) Mempunyai mitra kerja

Petani sayur di desa Urung Kompas mempunyai mitra yaitu penyewa lahan yang memudahkan petani dalam berusahatani sayuran kangkung dan bayam. Dan ada juga petani-petani yang kerjanya berdampingan dengan pedagang pengumpul jika terjadi permintaan sayuran melonjak sehingga mempermudah petani dalam memasarkan.

Ancaman (*Threats*)

1) Banyak pesaing

Selain petani sayur di Desa Urung Kompas ada petani-petani hortikultura lainnya jika dipersaingan dan tidak berasal didalam daerah itu sendiri akan tetapi juga asalnya dari luar daerah atau kabupaten lainnya. Hal itu menyebabkan penjualan sayuran mereka berkurang.

2) Kendala alam/cuaca

Kondisi iklim sekaligus cuaca yang tidak bisa diprediksi menjadi threat dalam berusaha tani hortikultura. Kondisi iklim dan cuaca yang kurang bisa diprediksi akan mempengaruhi output pertanian. Apabila proses produksinya kurang berjalan sempurna, maka hasil dari produksi bisa menurun pula. Dan salah satu penyebab hal itu terjadi ialah cuaca tidak menentu (Handayani, 2017).

3) Serangan hama dan penyakit

Salah satu ancaman petani sayuran di lokasi penelitian yaitu terdapatnya varian serangan penyakit dan juga hama tanaman yang bisa merugikan petani sebab tanamannya rusak. Salah satu hama yang sering menyerang tanaman tersebut yaitu ulat sehingga menyebabkan daun pada tanaman berlubang. Dalam penanggulannya mereka menyemprotkan racun jika terdapat hama yang menyerang. Salah satu penyakit yang menyebabkan rusaknya tanaman yaitu bercak hitam pada daun diakibatkan oleh paparan sinar matahari. Jika penyakit itu menyerang keseluruhan tanaman maka para petani di lokasi penelitian memanen seluruh tanaman yang terdampak penyakit tersebut.

- 4) Susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing

Kesulitan-kesulitan di dalam membuat pembeda dari produk-produk pertanian atau output-output pertanian dan produk sayuran atau hortikultura yang juga dihasilkan oleh para pesaing, Hal ini dikarenakan sama-sama menjual hortikultura, petani yang menjadi kompetitor tidak memiliki sebuah perbedaan dalam produknya. Teknik budidaya yang rumit ditambah pula perawatan dari tanamannya sendiri juga hampir saja sama, hal ini kemudian mengakibatkan pembeli kurang memperhatikan

- 5) Harga pasar yang tidak menentu

Harga pasar yang tidak normal menjadi ancaman petani. Harga produk yang dijual para petani tergantung pasar, jika harga pasar naik maka petani harus menaikkan harga jual produk sayuran hal ini menguntungkan petani, tetapi jika harga pasar turun maka ini menjadikan kerugian bagi petani itu sendiri karena keuntungan yang mereka dapatkan tidak besar dalam memasarkan produk sayuran tersebut. Mau tidak mau petani harus mengikuti harga pasar.

Analisis Matriks EFE

Berikut adalah merupakan matrik EFE (Eksternal Factor Evaluation) yang dimana isinya adalah ancaman dan peluang yang nantinya akan dihadapi oleh para petani yang membudidayakan sebuah komoditi. Pemberian skala bobot di matriks EFE ini tidak memiliki maksud khusus, hanya saja agar matrik ini sama dengan pemberian bobot di matrik IFE pula. Hasil perhitungan dari matrik IFE dan EFE akan disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 14. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Faktor – Faktor Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor Total (B x R)
Peluang (Opportunity)			
1. Telah memiliki pelanggan tetap	0,18	3,4	0,60
2. Teknologi pertanian yang semakin berkembang	0,16	3,07	0,49
3. Mempunyai mitra kerja	0,16	3,1	0,50
Sub Total	0,5	9,57	1,59
Ancaman (Threats)			
1. Banyak pesaing	0,08	1,57	0,13
2. Kendala alam/cuaca	0,12	2,37	0,29
3. Serangan hama dan penyakit	0,09	1,67	0,14
4. Susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing	0,11	2,13	0,24
5. Harga pasar yang tidak menentu	0,10	1,93	0,19
Sub Total	0,5	9,67	0,99
Total	1	19,24	2,58

Sumber: Data Primer, Diolah 2023

Berdasarkan tabel matriks EFE di atas bisa dilihat skor tertinggi yaitu telah punya pelanggan tetap dengan nilai skor 0,60 merupakan faktor yang sangat penting pada kolom peluang (*opportunities*). Pada kolom ancaman (*threats*) pada matriks EFE di atas merupakan faktor yang penting yaitu kendala alam/cuaca dengan nilai skor 0,29. Total nilai rata-rata skor 2,58 maka eksternal perusahaan tersebut mengindikasikan posisi yang kuat.

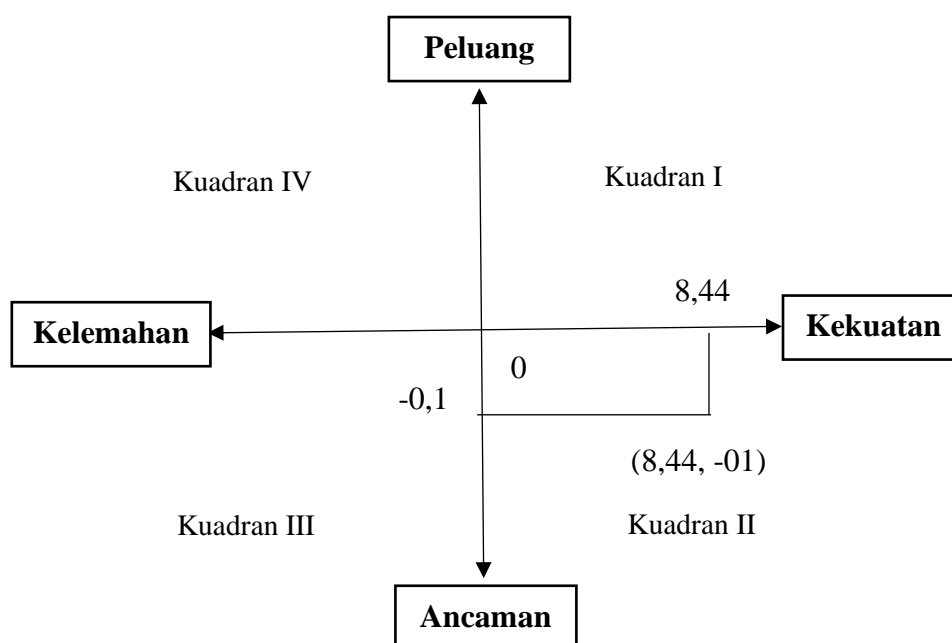
Analisis SWOT

Adapun tujuan perbandingan skala matriks ini ialah guna bisa menghasilkan pilihan-pilihan strategi layak. Namun, tidak semua strategi mampu dikembangkan dengan SWOT ini, Diharapkan dengan analisis ini petani bisa menyusun strategi marketingnya yang didasarkan pada kombinasi antar faktor-faktor luar dan dalam yang disajikan di matriks IFE dan EFE.

Setelah diperhitungkannya skala indikator EFE dan IFE, langkah-langkah berikutnya ialah membuat rumusan untuk strategis didalam bentuk posisi kuadran didalam SWOT. Adapun dalam hal menentukan sebuah koordinat memiliki fungsi guna bisa menentukan sebuah letak yang strategis untuk perusahaan, dan apakah letak atau posisinya di kuadran I, II, III, atau IV. Maka dari itu sehingga hasil darinya akan terlihat di diagram yang sudah disajikan dibawah ini:

$$\text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} = 18,9 - 10,46 = 8,44$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} = 9,57 - 9,67 = -0,1$$



Gambar 4. Diagram Matriks SWOT

Gambar di atas menunjukkan bahwa jika hasil hortikultura Desa Urung Kompas berada di titik (8,44, -0,1). Posisi strategi ini berada di kuadran II, hasil sumbu x dan y (positif, negative). Adanya ancaman dari eksternal tidak menguntungkan namun petani punya kekuatan dari dalam.

Cara yang digunakan petani Urung Kompas yaitu dengan memanfaatkan cara dalam melawan ancaman yang ada sehingga meminimalisir ancaman dengan diversifikasi. Cara diversifikasi dapat dilakukan dengan cara menanam tanaman yang tidak semusim mirip dengan yang sebelumnya namun mengandung unsur-unsur intrinsik yang serupa dengan namun memiliki perbedaan dari sudut ukuran dan harga. Tujuan hal ini dilakukan untuk memperluas market share, meningkatkan pendapatan, mencegah kebosanan masyarakat dan yang paling penting mengalahkan kompetitor. Strategi yang cocok diterapkan oleh Petani Sayur Urung Kompas yaitu menambah lebih banyak jenis produk sayuran yang memiliki nilai jual yang tinggi, misalnya sayuran terong kecil.

SWOT bisa diformulasikan dengan strategi dan cara-cara yang bisa dikombinasikan dengan faktor seperti internal dan eksternal. Ada beberapa strategi yang bisa dilakukan, dalam hal ini ada empat buah strategi yang sudah terbentuk, Adapun strategi tersebut ialah strategi S-O (Strength-Opportunities), Strategi W-O (Weakness-Opportunity), Strategi S-T (Strength-Threat), dan strategi W-T (Weakness-Threat). Adapun rekapan dari semua strategi yang sudah dilakukan adalah strategi SWOT yang digunakan kepada petani hortikultura di Desa Urung Kompas yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 15. Matriks Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">Faktor Internal (IFE)</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal (EFE)</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (Strength - S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sayuran segar 2. Perawatan yang mudah 3. Lokasi yang strategis 4. Pasar yang tersedia 5. Harga jual yang terjangkau 6. Manajemen usaha yang efektif 	<p style="text-align: center;">Kekurangan (Weakness - W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lahan terbatas 2. Ragam sayuran tidak terlalu banyak 3. Keterbatasan tenaga kerja 4. Keterbatasan modal 5. Teknologi informasi yang masih sederhana
<p style="text-align: center;">Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Telah memiliki pelanggan tetap 2. Teknologi pertanian yang semakin berkembang 3. Mempunyai mitra kerja 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan perawatan produk dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang untuk menghasilkan produk sayuran segar. 2. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan ketersediaan pasar dengan harga produk terjangkau agar pelanggan tidak mengeluh. 3. Meningkatkan manajemen usaha yang efektif agar tetap menjalin mitra dengan lainnya. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerja sama dengan pemilik lahan, tenaga kerja dan lembaga keuangan lainnya. 2. Memperbanyak ragam produk sayuran yang paling diminati sehingga memuaskan pelanggan. 3. Memanfaatkan teknologi pertanian dan teknologi informasi dalam mempromosikan produk sayuran.
<p style="text-align: center;">Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak pesaing 2. Kendala alam/cuaca 3. Serangan hama dan penyakit 4. Susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing 5. Harga pasar yang tidak menentu 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjamin harga yang kompetitif di pasar. 2. Membuat produk yang dapat membedakan usahatani sayur di Urung Kompas dengan usahatani sayur lainnya 3. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan manajemen usaha dengan perawatan yang baik sehingga menghasilkan produk sayuran yang segar terhindar hama dan penyakit serta cuaca yang tidak menentu. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penggunaan lahan, ragam sayuran, tenaga kerja serta menghasilkan produk yang beda di pasaran agar selangkah lebih maju dari competitor. 2. Memaksimalkan teknologi pertanian untuk mengetahui cuaca yang tidak menentu dan serangan hama penyakit.

Tabel diatas telah menggambarkan strategi peningkatan pemasaran sayuran yang dapat di jelaskan sebagai berikut:

Strategi S – O

Strategi yang dimanfaatkan sebagai strategi untuk pemasaran ialah dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan. Strategi yang bisa menerapkan ini ialah memaksimalkan perawatan produk memanfaatkan teknologi sedang berkembang untuk menghasilkan produk sayuran segar, memanfaatkan lokasi dan ketersediaan pasar dengan harga produk terjangkau agar pelanggan tidak mengeluh, meningkatkan manajemen usaha yang efektif agar tetap menjalin mitra dengan lainnya.

Strategi W – O

Strategi yang dipakai oleh petani sayur di Urung Kompas pada sistem marketingnya yang dilakukan secara minimalisir pemanfaatan dan kelemahan dari peluang, ialah menjalin kerja sama dengan pemilik lahan, tenaga kerja dan lembaga keuangan lainnya. Memperbanyak ragam produk sayuran yang paling diminati sehingga memuaskan pelanggan, memanfaatkan teknologi pertanian dan teknologi informasi dalam mempromosikan produk sayuran.

Strategi S – T

Adapun strategi yang dilakukan petani dalam pemasarannya dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman dari luar petani sayur di Desa Urung Kompas adalah menjamin harga yang kompetitif di pasar, membuat produk yang dapat membedakan usahatani sayur di Urung Kompas dengan usahatani sayur lainnya, memanfaatkan lokasi yang strategis dan manajemen usaha

dengan perawatan yang baik sehingga menghasilkan produk sayuran yang segar terhindar hama dan penyakit serta cuaca yang tidak menentu.

Strategi W – T

Strategi ini bisa dipakai petani sayur di Urung Kompas dalam pemasarannya dengan meminimalisir kelemahan dan menghindari dari ancaman dapat dilakukan dengan meningkatkan penggunaan lahan, ragam sayuran, tenaga kerja serta menghasilkan produk yang beda di pasaran agar selangkah lebih maju dari competitor, memaksimalkan teknologi pertanian untuk mengetahui iklim yang tidak bisa diprediksi.

(Azzura et al., 2017)(Anggarawati et al., 2021)(Ardi & Prihtanti, 2022)(Fahmi, 2015)(Indana & Beni, 2021)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor Internal petani sayur di Desa Urung Kompas ialah sayuran segar, perawatan yang mudah, pasar yang tersedia, harga jual yang terjangkau, manajemen usaha yang efektif, lahan terbatas, ragam sayuran tidak terlalu banyak, keterbatasan tenaga kerja, keterbatasan modal, dan teknologi informasi yang masih sederhana. Faktor eksternal yaitu telah memiliki pelanggan tetap, teknologi pertanian yang semakin berkembang, mempunyai mitra kerja, banyak pesaing, kendala alam/cuaca, serangan hama dan penyakit, susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing, dan harga pasar yang tidak menentu.
2. Strategi Diversifikasi cocok untuk petani sayur di Desa Urung Kompas yang berada di kuadran kedua (S-T) kondisi dimana memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman sehingga meminimalisirkan ancaman dengan cara menambah jenis sayuran yang bernilai jual tinggi.

Saran

1. Bagi Petani untuk lebih meningkatkan kapasitas produksi, menambah jenis sayuran yang diusahakan, memanfaatkan manajemen usaha dengan baik, menggunakan peptisida alami, dan membuat kemasan untuk produk.
2. Bagi Pemerintah menjamin harga yang kompetitif di pasar agar tidak terjadi harga pasar yang tidak menentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amal, M. I., Sofyan, & Zulkarnain. (2022). Analisis Swot : Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Sayuran Hidroponik Di Kota Banda Aceh (*Swot Analysis : Internal And External Factors In The Development Of Hydroponic Vegetable Business In Banda Aceh City*). 7(4), 296–306.
- Anggarawati, S., Prayoga, R., Wibaningwati, B. D., & Suwarnata, A. A. E. (2021). Pemasaran Produk Sayur Kelompok Wanita Tani Kecamatan Tanah Sareal , Kota Bogor di Era Pandemi Covid-19. *AGRISINTECH Journal of Agribusiness and Agrotechnology*, 2(1), 37–47.
- Ardi, F., & Prihtanti, T. M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hiroponik di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 10(9), 600–620.
- Artawan, I. P. P., Negara, I. M. K., & Dewi, L. G. L. K. (2014). Strategi Pemasaran Pt. Alliance Vast Tours Terhadap Wisatawan Pengguna Jasa Perjalanan. *Jurnal IPTA*, 2(2), 19.
- Ayu, I., & Dewi, C. (2021). BAURAN PEMASARAN SAYURAN DI UD.PANCA SERANI DI DESA BANGLI KECAMATAN BATURITI KABUPATEN TABANAN. *WIDYASRAMA*, Majalah Ilmiah Universitas Dwijendra Denpasar, 1–9.
- Azzura, D., Marsudi, E., & Usman, M. (2017). Analisis Pendapatan Usahatani Sayur-Sayuran Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Di Kecamatan Darussalam Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(3), 92–105.
- Badan Pusat Statistik. (2016). Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kecamatan dan Jenis Sayuran di Kabupaten Labuhanbatu (Ton) 2015.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Tanaman Hortikultura Kabupaten Labuhanbatu 2021.
- Fahmi, I. (2015). Manajemen Resiko: Teori, Kasus, dan Solusi. Bandung: ALFABETA.
- Handayani, L. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN TANAMAN PANGAN DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI. *Kultura*, 18, 6752–6757.
- Indana, F. T., & Beni, S. (2021). STRATEGI PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK SHANTI BHUANA. *JBEE : Journal Business Economics and*

- Entrepreneurship*, 3(2). <http://jurnal.shantibhuana.ac.id/jurnal/index.php/bee>
- Javandira, C., & Gama, A. W. S. (2018). ANALISIS FAKTOR LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL USAHA SAYUR ORGANIK (STUDI KASUS PADA UD. EKA SETIA LESTARI DI BATURITI). *Juima*, 8(2), 37–50.
- Kasymir, D. A., Haryono, D., & Prayitno, R. T. (2019). Strategi Pemasaran PT Sayuran Siap Saji Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Agribisnis*, 7(3), 306–313.
- Kipdiah, S., Hubeis, M., & Suharjo, B. (2013). Strategi Rantai Pasok Sayuran Organik Berbasis Petani di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 8(2), 99–114.
- Rachmat, Z. (2022). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Sahir, S. H., Mardia, M., Mistriani, N., Sari, O. H., Dewi, I. K., Purba, B., Sudarso, A., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., & Munthe, R. N. (2021). *Dasar-dasar pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Citapustaka Media. Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suparno, A., Rouw, A., Irbayanti, D., Lindongi, L. E., & Namserna, H. J. (2022). Analisis faktor internal dan eksternal pengembangan perkebunan rakyat kopi Arabika di Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat. *Agrotek*, 10(1), 1–9.
- Suratiah, K. (2015). *Ilmu Usaha tani (edisi revisi)*. Penebar Swadaya Grup.
- Widiarta, A., Adiwibowo, S., Sains, D., Masyarakat, P., & Manusia, F. E. (2011). ANALISIS KEBERLANJUTAN PRAKTIK PERTANIAN ORGANIK DI KALANGAN PETANI. *Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, Dan Ekologi Manusia*, 05(01), 71–89.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Wawancara Penelitian

Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Sayur Di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu

Daftar Pertanyaan Wawancara:

1. Berapa luas lahan Bapak/Ibu yang ditanami tanaman kangkung dan bayam?
2. Berapa jumlah produksi sayur kangkung dan bayam yang Bapak/Ibu lakukan setiap panen?
3. Berapa pendapatan yang Bapak/Ibu terima dalam satu kali musim panen?
4. Berapa harga jual sayuran kangkung dan bayam yang Bapak/Ibu dalam sekali panen?
5. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membeli benih dalam satu kali musim panen?
6. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membeli pupuk dalam satu kali musim panen?
7. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan/kelebihan petani sayur dalam memasarkan sayuran ini?
8. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan petani sayur dalam memasarkan sayuran ini??
9. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi peluang petani sayur dalam memasarkan sayuran ini?
10. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi ancaman/tantangan petani sayur dalam memasarkan sayuran ini?

Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian

Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Sayur Di Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu

Kepada yang terhormat Bapak/Ibu,

Saya sebagai penulis yang sedang melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Pemasaran Sayuran Pada Petani Sayur Desa Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu*” untuk itu, saya mengharapkan partisipasi dari Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan yang diberikan dengan sebaik-baiknya karena jawaban kuisisioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian hal ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasama dari Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Pengisian Kuisisioner

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Tanggal/Bulan/Tahun :

Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap ketersediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan/ Pernyataan ini.
2. Pilihlah jawaban pertanyaan/ pernyataan dibawah dengan jujur dan pilih salah satu jawaban yang tersedia dengan tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan pilihan :

- | | | |
|-----|-----------------------|-----|
| SS | : Sangat Setuju | (4) |
| S | : Setuju | (3) |
| TS | : Tidak Setuju | (2) |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | (1) |

Analisis Matriks IFE (*internal factor evaluation*)

Pernyataan	Jawaban			
	SS	S	TS	STS
Kekuatan (Strength)				
1. Sayuran segar 2. Perawatan yang mudah 3. Lokasi yang strategis 4. Pasar yang tersedia 5. Manajemen usaha yang efektif 6. Harga jual dan pemasaran yang terjangkau				
Kelemahan (Weakness)				
1. Lahan terbatas 2. Ragam sayuran tidak terlalu banyak 3. Keterbatasan tenaga kerja 4. Keterbatasan modal 5. Teknologi informasi yang masih sederhana				

Analisis Matriks EFE (*eksternal factor evaluation*)

Pernyataan	Jawaban			
	SS	S	TS	STS
Peluang (Opportunity)				
1. Telah memiliki pelanggan tetap 2. Teknologi pertanian yang semakin berkembang 3. Mempunyai mitra kerja				
Ancaman (Threats)				
1. Banyaknya pesaing 2. Kendala alam/cuaca 3. Serangan hama dan penyakit 4. Susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing 5. Harga pasar yang tidak menentu				

Terimakasih banyak untuk waktu yang telah Bapak/Ibu berikan sehingga informasi yang Bapak/Ibu berikan dapat berguna dalam penelitian saya.

Lampiran 3. Pengisian Bobot dan Rating

Kriteria Bobot

1. Faktor – faktor diberi bobot dengan skala:
 - 0,0 = 0% (tidak penting)
 - 1,0 = 100% (sangat penting)
2. Semua bobot jumlahnya tidak melebihi skor total 1,00 atau 100%
3. Penentuan bobot didasari seberapa besar presentase yang mempengaruhi suatu variabel terhadap petani.

Kriteria Rating

SWOT	Rating			
	Sangat Besar (SB)	Besar (B)	Kecil (K)	Sangat Kecil (SK)
Kekuatan dan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan dan Ancaman	1	2	3	4

Cara menghitung Nilai Bobot

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Rating}}{\text{Total Rating}} \times 1$$

Lampiran 4. Perhitungan Faktor Internal dan Eksternal

Perhitungan Faktor Internal

Pernyataan	Bobot	Rating	Skor Total
Sayuran segar	0,110227	3,233333	0,356402
Perawatan yang mudah	0,111364	3,266667	0,363788
Lokasi yang strategis	0,109091	3,2	0,349091
Pasar yang tersedia	0,105682	3,1	0,327614
Harga jual yang terjangkau	0,111364	3,266667	0,363788
Manajemen usaha yang efektif	0,096591	2,833333	0,273674
Sub Total	0,644318	18,9	2,034356
Lahan terbatas	0,082955	2,433333	0,201856
Ragam sayuran tidak terlalu banyak	0,072727	2,133333	0,155152
Keterbatasan tenaga kerja	0,068182	2	0,136364
Keterbatasan modal	0,065909	1,933333	0,127424
Teknologi informasi yang masih sederhana	0,067045	1,966667	0,131856
Sub Total	0,356818	10,46667	0,752652
Total	1	29,36667	2,787008

Perhitungan Faktor Eskternal

Pernyataan	Bobot	Rating	Skor Total
Telah memiliki pelanggan tetap	0,176776	3,4	0,60104
Teknologi pertanian yang semakin berkembang	0,159445	3,066667	0,488966
Mempunyai mitra kerja	0,161179	3,1	0,499653
Sub Total	0,4974	9,566667	1,589659
Banyak pesaing	0,081456	1,566667	0,127614
Kendala alam/cuaca	0,12305	2,366667	0,291219
Serangan hama dan penyakit	0,086655	1,666667	0,144425
Susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing	0,110919	2,133333	0,236626
Harga pasar yang tidak menentu	0,10052	1,933333	0,194339
Sub Total	0,5026	9,666667	0,994223
Total	1	19,23333	2,583883

Perhitungan Rating

R	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	3	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3
4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
10	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
11	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3
12	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3
13	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3
14	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
17	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3
18	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3
19	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
20	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3
21	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3
22	3	3	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3
23	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3
24	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3
25	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3
28	3	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
29	3	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
30	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
jawaban:																			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	1	7	1	4	7	3	0	0	0	1	0	13	0	4	0
3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	22	29	18	28	25	17	15	20	26	28
4	7	8	6	3	9	2	0	0	7	5	1	12	2	4	13	2	10	0	2

Perhitungan Nilai Skor

N0	Pernyataan	Jawaban				Jumlah	Rating	Bobot	Skor
		STS	TS	S	SS				
1.	Sayuran segar	0	0	23	7	97	3,23333 3	0,11022 7	0,35640 2
2.	Perawatan yang mudah	0	0	22	8	98	3,26666 7	0,11136 4	0,36378 8
3.	Lokasi yang strategis	0	0	24	6	96	3,2	0,10909 1	0,34909 1
4.	Pasar yang tersedia	0	0	27	3	93	3,1	0,10568 2	0,32761 4
5.	Harga jual yang terjangkau	0	1	20	9	98	3,26666 7	0,11136 4	0,36378 8
6	Manajemen usaha yang efektif	0	7	21	2	85	2,83333 3	0,09659 1	0,27367 4
	Jumlah					567	18,9	0,64431	2,03435
7.	Lahan terbatas	0	13	17	0	73	2,43333 3	0,08295 5	0,20185 6
8.	Ragam sayuran tidak terlalu banyak	0	4	26	0	64	2,13333 3	0,07272 7	0,15515 2
9.	Keterbatasan tenaga kerja	0	7	16	7	60	2	0,06818 2	0,13636 4
10.	Keterbatasan modal	0	3	22	5	58	1,93333 3	0,06590 9	0,12742 4
11	Teknologi informasi yang masih sederhana	0	0	29	1	59	1,96666 7	0,06704 5	0,13185 6
	Jumlah					314	10,4666 7	0,35681 8	0,75265 2
	Total						29,3666 7	1	2,78700 8
12.	Telah memiliki pelanggan tetap	0	0	18	12	102	3,4	0,17677 6	0,60104
13.	Teknologi pertanian yang semakin berkembang	0	0	28	2	92	3,06666 7	0,15944 5	0,48896 6
14	Mempunyai mitra kerja	0	1	25	4	93	3,1	0,16117 9	0,49965 3
	Jumlah					287	9,56666 7	0,4974	1,58965 9
15.	Banyak pesaing	0	0	17	13	47	1,56666 7	0,08145 6	0,12761 4
16.	Kendala alam/cuaca	0	13	15	2	71	2,36666 7	0,12305	0,29121 9
17.	Serangan hama dan penyakit	0	0	20	10	50	1,66666 7	0,08665 5	0,14442 5
18.	Susah membuat pembeda produk sayuran yang dihasilkan dengan produk pesaing	0	4	26	0	64	2,13333 3	0,11091 9	0,23662 6
19	Harga pasar yang tidak menentu	0	0	28	2	58	1,93333 3	0,10052	0,19433 9
	Jumlah					290	9,66666 7	0,5026	0,99422 3
	Total						19,2333 3	1	2,58388 3

Lampiran 6. Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU
KECAMATAN RANTAU SELATAN
KELURAHAN URUNG KOMPAS

Jl. Suka Dame Rantaupratap Kode Pos 21429

IZIN PENELITIAN

Nomor : 072/1071 /UK/Kesos-Pemb/2023

Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara : 990/II.3.AU/UMSU-04/F/2023 , tanggal 07 Agustus 2023 *Prihal Permohonan Izin Melakukan Praktik Skripsi Mahasiswa.*

Dengan ini memberikan Izin Kepada :

NO	NAMA	NPM	Prihal	JUDUL
1.	DEA KAMSIARI	1904300112	<i>Izin Praktik Skripsi</i>	<i>Strategi Pemasaran Sayuran pada Petani Sayur di Kelurahan Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu</i>

Untuk :

1. Melaksanakan *Izin Praktik Skripsi* dimaksud pada tanggal Agustus s/d selesai yang dilaksanakan di Kelurahan Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu.
2. Mematuhi segala peraturan yang berlaku di lokasi penelitian dan tetap berkoordinasi dengan masyarakat setempat.
3. Melaporkan hasil penelitian Kepada Kepala Kelurahan Urung Kompas Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu.

Demikian *Izin* penelitian ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Urung Kompas, 21 Agustus 2023

KEPALA KELURAHAN URUNG KOMPAS



[Handwritten Signature]

ALAMSYAH RITONGA, SE
PENATA MUDA TK. I
NIP. 19771209 200801 1 001

Lampiran 7. Dokumentasi







