

**ANALISIS KELAYAKAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
BIBIT TANAMAN SALAK MADU (*Salacca zalacca*) di CV  
Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang**

**S K R I P S I**

Oleh :

**MUHAMMAD AMDANI**

**NPM : 1804300026**

**Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

ANALISIS KELAYAKAN DAN STRATEGI PEMASARAN BIBIT  
TANAMAN SALAK MADU (*Salacca zalacca*) di CV Sinar  
Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang

SKRIPSI

Oleh:


MUHAMMAD AMDANI

1804300152

AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing

  
Prof. Dr. H. Sayed Umar, M.S.  
Ketua

  
Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh:  
Dekan  


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

Tanggal Lulus : 04-10-2023

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Amdani

NPM :1804300026

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Kelayakan dan Strategi Pemasaran Bibit Tanaman Salak Madu (*Salacca zalacca*) di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang”. adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Medan, 03 Oktober 2023

Yang menyatakan



Muhammad Amdani

## RINGKASAN

MUHAMMAD AMDANI (1804300026) dengan judul Analisis Kelayakan dan Strategi Pemasaran Bibit Tanaman Salak Madu (*Salacca zalacca*) di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang. Selama penelitian penulis dibimbing oleh Bapak Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S. selaku ketua komisi dan Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku anggota komisi pembimbing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besar pendapatan usaha, untuk menganalisis kelayakan usaha, untuk menganalisis strategi pemasaran bibit tanaman. Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi metode pengumpulan data primer yang dilakukan yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan data dilakukan melalui pimpinan, karyawan, konsumen, dan lembaga yang ada di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm. Hasil penelitian yang didapat yaitu Dari hasil analisis maka didapatkan nilai perhitungan *revenue of cost ratio* total penerimaan sebesar Rp. 328.671.625,00 dibagi total biaya sebesar Rp. 266.744.375,00 maka didapat hasil sebesar 1,23 / 19 bulan dan dapat dikatakan bahwa usahatani bibit salak madu CV. Sinar Ponti layak dan hasil nilai matriks SWOT sebesar X (0,566) dan Y (0,533) sehingga strategi yang akan digunakan adalah strategi agresif. Strategi agresif ini lebih focus SO (Strengths-Opportunities).

Kata Kunci : Analisis Kelayakan, Strategi Pemasaran, Penerimaan, Pendapatan dan Analisis SWOT.

## SUMMARY

MUHAMMAD AMDANI (1804300026) with the title Feasibility Analysis and Marketing Strategy for Honey Salak Plant Seeds (*Salacca zalacca*) at CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm, Deli Serdang Regency. During the research the author was supervised by Mr. Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S. as chairman of the commission and Mrs. Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. as a member of the supervisory commission. This research aims to analyze the amount of business income, to analyze business feasibility, to analyze marketing strategies for plant seeds. The data required in this research includes primary data collection methods, namely through observation, interviews and documentation. Data collection is carried out through leaders, employees, consumers and institutions at CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm. The results of the research obtained are that from the results of the analysis, the calculated value of the revenue of cost ratio for total revenue is Rp. 328,671,625.00 divided by the total cost of Rp. 266,744,375.00, the result obtained is 1.23 / 19 months and it can be said that the CV honey snake seed farming business. Sinar Ponti is feasible and the resulting SWOT matrix values are X (0.566) and Y (0.533) so the strategy to be used is an aggressive strategy. This aggressive strategy focuses more on SO (Strengths-Opportunities).

Keywords: Feasibility Analysis, Marketing Strategy, Acceptance, Revenue and SWOT Analysis.

## RIWAYAT HIDUP

Saya atas nama Muhammad Amdani, lahir di Aek Korsik pada tanggal 07 Desember 1999 anak kedua dari tiga bersaudara. Terlahir menjadi seorang putra dari pasangan Bapak Awang dan Ibu Ses Siyah. Pendidikan yang pernah di tempuh adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2012, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Swasta Sri Pinang, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera utara.
2. Tahun 2015, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Bilah Hulu di desa Meranti, Kecamatan Gunung Selamat, Kabupaten Labuhanbatu, Provinsi Sumatera Utara.
3. Tahun 2018 menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Rantau Utara di Kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labuhan Batu, Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2018, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Program Studi Agribisnis.

Pencapaian yang telah diraih selama mengikuti program akademik di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

1. Tahun 2018, Mengikuti Perkenalan Kehidupan Mahasiswa/i baru (PKKMB) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2018, Mengikuti masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Tahun 2021, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Simalungun Kota Siantar.
4. Tahun 2021, Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Percut Sei Tuan.
5. Tahun 2023, melakukan penelitian skripsi dengan judul Analisis Kelayakan dan Strategi Pemasaran Bibit Tanaman Salak Madu (*Salacca*

*zalacca*) di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Adapun judul penulis pada penelitian ini adalah **“ANALISIS KELAYAKAN DAN STRATEGI PEMASARAN BIBIT TANAMAN SALAK MADU (*Salacca zalacca*) di CV Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang”**. Atas tersusunnya proposal ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Ir. Wan Afriani Barus, M.P., selaku Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P., selaku Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.P., selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S., selaku Ketua Komisi Pembimbing.
7. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku Anggota Komisi Pembimbing.
8. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Adminiatrasi selama proses perkuliahan.
9. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan serta nasihat selama kuliah.
10. Teristimewa kedua orang tua Ayahanda Awang dan Ibunda Ses Siyah yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta, kasih sayang, dan selalu memberikan dukungan secara moril dan materi.
11. Bapak Aswin Bancin, S.E., M.Si selaku atasan penulis di Tim Pertamanan UMSU yang telah memberikan perhatian dan arahan kepada penulis dalam pekerjaan maupun pendidikan.



12. Bapak Jani Ginting selaku Owner CV. Sinar Ponti, bapak Dedi Juliardi selaku Direktur beserta jajaran serta bapak Suroso yang membantu banyak dalam penelitian penulis dan seluruh Staff beserta mandor dan karyawan yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan pengajaran pada saat penelitian.

13. Teman – teman yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, penulis sangat berharap kritik dan saran dari berbagai pihak yang bertujuan untuk membuat skripsi ini kearah yang lebih baik lagi.

Medan, Maret 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
SUMMARY .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah.....	2
Tujuan Penelitian .....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
Tanaman Salak Madu .....	5
Penerimaan.....	6
Pendapatan .....	7
Kelayakan Usaha .....	7
Pemasaran .....	8

Saluran Pemasaran .....	11
Strategi Pemasaran.....	13
Analisis SWOT .....	14
Peneliti Terdahulu.....	15
Kerangka Pemikiran.....	17
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
Metode Penelitian .....	19
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	19
Metode Penarikan Sampel .....	19
Metode Pengumpulan Data.....	20
Metode Analisis Data.....	20
Definisi dan Batasan Operasional.....	26
<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
Letak dan Luas Daerah .....	28
Profil Perusahaan .....	28
Stuktur Organisasi Perusahaan .....	30
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
Karakteristik Sampel.....	31
Analisis Usahatani Bibit Salak Madu .....	32
Penerimaan.....	40
Pendapatan .....	41
Analisis Kelayakan Usahatani .....	42
Analisis SWOT .....	44

Evaluasi Faktot Internal .....	47
Evaluasi Faktor Eksternal .....	48
Kuadran SWOT .....	50
Matriks SWOT .....	51
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
Kesimpulan .....	54
Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Matriks SWOT .....	15
2.	Bobot Setiap Indikator.....	21
3.	Nilai Setiap Indikator.....	22
4.	Indikator Kekuatan .....	22
5.	Indikator Kelemahan .....	23
6.	Indikator Peluang.....	23
7.	Indikator Ancaman .....	23
8.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	31
9.	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	31
10.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	32
11.	Biaya Penggunaan Alat .....	32
12.	Jenis dan Besar Biaya Penyusutan Alat.....	33
13.	Biaya Pajak Bumi dan Bangunan .....	34
14.	Total Biaya Tetap Usahatani Bibit Salak Madu .....	34
15.	Biaya Variabel Pupuk NPK Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021-Februari 2023 .....	35
16.	Biaya Variabel Pupuk Urea Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021-Februari 2023 .....	36
17.	Biaya Variabel Fungisida <i>Antracol 70 WP</i> Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021-Februari 2023.....	37
18.	Biaya Variabel Upah Karyawan Usahatani Bibit Salak Madu	

	Bulan Agustus 2021-Februabri 2023.....	37
19.	Total Biaya Variabel Usahatani Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021-Februabri 2023 .....	38
20.	Total Biaya Usahatani Bibit Salak Madu CV. Sinar Ponti Bulan Agustus 2021-Februari 2023 .....	39
21.	Data Produksi Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021- Februari 2023.....	40
22.	Pendapatan Usahatani Bibit Salak Madu CV. Sinar Ponti Bulan Agustus 2021-Februari 2023.....	42
23.	Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ).....	47
24.	Matriks EFE ( <i>Eksternal Factor Evaluation</i> ) .....	48
25.	Matriks Penggabungan IFE dan EFE .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Tingkat Saluran Pemasaran .....	12
2.	Skema Kerangka Pemikiran .....	18
3.	Diagram SWOT .....	25
4.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	30
5.	Posisi Matriks SWOT .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian .....	58
2.	Karakteristik Sampel .....	68
3.	Jenis Kelamin .....	69
4.	Usia.....	69
5.	Pendidikan Terakhir .....	70
6.	Biaya Alat Agustus 2021-Februari 2023 .....	71
7.	Pajak Bumi dan Bangunan Agustus 2021-Februari 2023 .....	72
8.	Biaya Pupuk NPK Agustus 2021-Februari 2023.....	73
9.	Biaya Pupuk Urea Agustus 2021-Februari 2023.....	74
10.	Biaya Fungisida <i>Antracol 70 WP</i> Agustus 2021-Februari 2023	75
11.	Total Upah Karyawan Agustus 2021-Februari 2023.....	76
12.	Upah Karyawan Agustus 2021-Februari 2023 .....	77
13.	Data Produksi Bibit Salak Madu Agustus 2021-Februari 2023	79
14.	Bobot Internal .....	80
15.	Bobot Eksternal .....	81
16.	Rating Internal .....	82
17.	Rating Eksternal .....	83
18.	Dokumentasi Penelitian.....	84



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Di Indonesia budidaya tanaman salak dikenal luas sejak jaman penjajahan Belanda. Tanaman salak mempunyai beberapa ragam, salah satunya mempunyai ciri khas yang menonjol pada rasa dan tampilan buahnya dan Selama ini terdapat banyak sentra produksi salak terkenal (Darmawati, 2019). Menurut (Agung dan Ningtias, 2020) ragam jenis tanaman salak diketahui sangat tinggi. Provinsi Jawa memiliki banyak jenis salak seperti pondoh, ambarawa dan swaru. Sedangkan pada daerah Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang kebanyakan yang dibudidayakan adalah salak pondoh, karena salak pondoh memiliki nilai komersial dan ekonomi yang tinggi. Salak adalah produk asli Indonesia yang dapat ditanam pada dataran rendah (Harahap et al., 2013). Salak salah satu tanaman yang tergolong dalam familia *Arecaceae*, karena tanaman salak adalah salah satu komoditas yang menarik untuk dikembangkan sebagai komoditas agar dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri dan luar negeri. Salak (*Salacca zalacca*) adalah buah tropis yang salah satu ada di wilayah Indonesia. Salak bangkalan memiliki ciri khusus yang tersendiri yaitu memiliki kadar air yang lebih tinggi, sehingga akan terasa segar saat dimakan (Zuliatin, 2021).

Dapat dilihat data bahwa produksi salak pada tahun 2016 menurun sebesar 702.345 ton. Pada tahun 2017 produksi salak meningkat sebesar 953.845 ton. Pada tahun 2018 produksi salak menurun sebesar 896.504 ton. Pada tahun 2019 produksi salak meningkat sebesar 955.763 ton. Dari tahun 2016 –2019 produksi salak mengalami ketidakstabilan produksi sehingga menghasilkan

pertumbuhan produksi sebesar 6.61%.

Beberapa Kabupaten/Kota yang merupakan produksi salak tertinggi di Sumatera Utara adalah Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Karo, dan Kabupaten Asahan. CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang juga menjadi salah satu perusahaan penghasil salak, baik buah salak maupun bibit tanaman salak. Penjualan bibit tanaman salak madu ini sudah dilakukan dari tahun 2015 hingga saat ini. Penjualan bibit tanaman salak madu juga dipasarkan ke berbagai daerah seperti Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Tapanuli Tengah, dan Kabupaten Karo. Namun pemasaran bibit tanaman salak di daerah tersebut masih menjadi masalah karna masih banyak petani buah salak yang belum tau bahwa CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm menyediakan bibit tanamn salak. Maka penulis tertarik untuk menganalisis strategi pemasaran bibit tanaman salak madu (*salacca zalacca*) di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm dengan judul “Analisis Kelayakan dan Strategi Pemasaran Bibit Tanaman Salak Madu (*Salacca zalacca*) Di Cv Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang”.

### **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa besar pendapatan usaha bibit salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm?
2. Apakah usaha bibit tanaman salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm sudah layak?
3. Bagaimana strategi pemasaran bibit tanaman salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis besar pendapatan usaha bibit tanaman salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm.
2. Untuk menganalisis kelayakan usaha bibit tanaman salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm.
3. Untuk menganalisis strategi pemasaran bibit tanaman salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm.

### **Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Para petani dan pelaku pemasaran. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam melakukan pemasaran bibit tanaman salak madu.
2. Pemerintah dan instansi terkait. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber informasi dan tambahan masukan dalam melihat sejauh mana pemasaran bibit tanaman salak madu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan dapat menghasilkan pemasukan bagi petani bibit tanaman salak madu, serta dapat digunakan dalam mengambil kebijakan dalam mencari alternatif pemecahan masalah pemasaran bibit tanaman salak madu di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm.
3. Mahasiswa dan perguruan tinggi. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pembanding bagi studi-studi mengenai pemasaran bibit tanaman salak madu.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tanaman Salak Madu

Pengelompokan dan klasifikasi dari tanaman salak secara ilmiah adalah sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Sub Kingdom	: Trachebionta
Super Divisi	: Spermatophyta
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: Lilopsida
Sub Kelas	: Arecidae
Ordo	: Arecales
Famili	: Areceae
Genus	: Salacca
Spesies	: Salacca zalacca

Komoditi salak mempunyai prospek masa depan yang cukup baik, namun masih diperdagangkan secara tradisional, peninjauan prospek komoditi tersebut merupakan hal penting terutama dari segi pemasaran (Bakar dan Fauzi, 2013). Secara empiris dapat ditemukan bahwa pada kelembagaan pemasaran formal petani pada awalnya memperoleh bagian harga yang lebih tinggi, namun dalam perkembangannya kelembagaan tersebut memperlihatkan keragaan yang kurang mengembirakan. Petani cenderung memilih saluran pemasaran tradisional melalui tengkulak walaupun dalam prakteknya menerima bagian harga yang lebih kecil ( Harahap, 2018).

## **Penerimaan**

Penerimaan usahatani yaitu penerimaan dari semua sumber usahatani yang meliputi hasil penjualan tanaman, ternak, ikan atau produk yang dijual, produk yang dikonsumsi pengusaha dan keluarga selama melakukan kegiatan, dan kenaikan nilai inventaris, maka penerimaan usahatani memiliki bentuk-bentuk penerimaan dari sumber penerimaan usahatani itu sendiri (Theresia, 2017).

Penerimaan adalah semua yang diterima petani/pengusaha dalam kaitannya dengan jumlah yang dilakukan. Penerimaan biasanya diperoleh dari jumlah produksi dikalikan harga produk yang dipasarkan. Penerimaan adalah total nilai produk yang dijalankan yang merupakan hasil perkalian antara jumlah fisik output dengan harga atau nilai uang yang diterima dari penjualan pokok usahatani tersebut. Penerimaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{TR = P \times Q}$$

Keterangan :

TR : Total revenue (penerimaan)

P : Harga produk

Q : Jumlah produksi

## **Pendapatan**

Pendapatan merupakan perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pendapatan adalah seluruh perolehan baik itu yang berasal dari biaya faktor produksi maupun total output yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu. Pemenuhan kebutuhan dasar

manusia seperti sandang, pangan dan papan sangat tergantung pada besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh seorang individu.

Pendapatan usahatani tidak hanya berasal dari kegiatan produksi saja tetapi dapat juga diperoleh dari hasil menyewakan atau menjual unsur-unsur produksi, misalnya menjual kelebihan alat-alat produksi, menyewakan lahan dan lain sebagainya. Pendapatan yang diharapkan tentu saja memiliki nilai positif dan semakin besar nilainya semakin baik, meskipun besar pendapatan tidak selalu mencerminkan efisiensi yang tinggi karena pendapatan yang besar mungkin juga diperoleh dari investasi yang jumlahnya besar pula. Untuk mengukur keberhasilan usahatani biasanya dilakukan dengan melakukan analisis pendapatan usahatani. Dengan melakukan analisis pendapatan usahatani dapat diketahui gambaran keadaan aktual usahatani sehingga dapat melakukan evaluasi dengan perencanaan kegiatan usahatani pada masa yang akan datang.

Analisis pendapatan berfungsi untuk mengukur berhasil tidaknya suatu kegiatan usaha, menentukan komponen utama pendapatan dan apakah komponen itu masih dapat ditingkatkan, atau tidak. Kegiatan usahatani dikatakan berhasil apabila pendapatannya memenuhi syarat cukup untuk memenuhi semua sarana produksi.

### **Kelayakan Usaha**

Kelayakan usaha adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu aspek sosial budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, sampai aspek keuangan, dimana semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu kegiatan bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan tidak dijalankan,

dengan kata lain kelayakan bisnis adalah penelitian tentang berhasil atau tidaknya investasi yang dilaksanakan secara tepat baik dalam penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan akses sumberdaya, penghematan devisa, dan peluang usaha.

Studi Kelayakan Bisnis juga merupakan bidang ilmu yang lebih berorientasi pada ilmu terapan, yang digunakan oleh berbagai kalangan baik individu, pemerintah, pelaku bisnis, investor dan masyarakat umum, guna menilai layak atau tidaknya rintisan suatu bisnis baru, yang akan memberikan sebuah implikasi. Sehingga suatu bisnis dapat dikatakan layak atau tidak, dapat dilakukan melalui studi kelayakan bisnis (Khotimah dan Budi, 2021).

Analisis *Return Cost Ratio* (R/C) dapat digunakan untuk mengetahui apakah usahatani bibit salak madu yang di usahakan petani layak atau tidak. R/C merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total yang meliputi biaya variabel dan biaya tetap.

### **Pemasaran**

Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang dan jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran pertanian dapat meningkatkan guna waktu (*time utility*), guna tempat (*place utility*), guna bentuk (*form utility*) dan guna pemilikan (*possession utility*). Komoditi pertanian yang sudah mengalami peningkatan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk baru dapat memenuhi kebutuhan konsumen, apabila sudah terjadi pemindahan

hak milik dari produsen atau lembaga pemasaran kepada konsumen. Definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan – kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana – rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Pemasaran suatu barang atau produk memiliki secara umum memiliki sasaran. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Sehingga suatu manajemen pemasaran tidak hanya tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga sampai kepada konsumen. Sedangkan arti manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Tentu saja dalam fungsi manajemen pemasaran terdapat kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi (Sudarsono, 2020).



Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian adalah aspek pemasaran. Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen kepada konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku serta karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah saluran pemasaran. Fungsi saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya untuk melihat tingkat harga masing-masing lembaga pemasaran (Solihin, 2020).

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

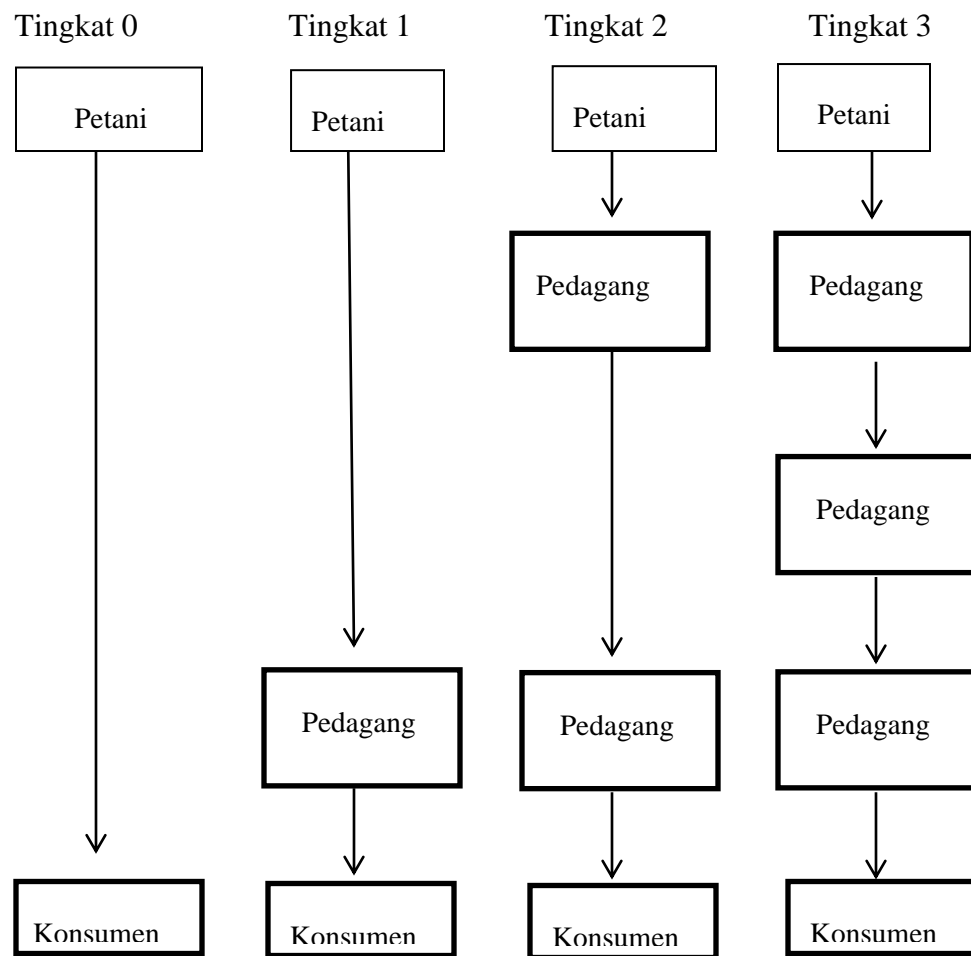
Distribusi produk akan menghubungkan petani dengan konsumen yang membutuhkan produk tersebut. Proses pendistribusian tersebut terangkai dalam sistem pemasaran. Pemasaran adalah suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Dari definisi ini paling tidak ada tiga hal yang perlu menjadi perhatian. Yang pertama yaitu kegiatan yang disebut sebagai jasa adalah suatu fungsi yang dilaksanakan dalam kegiatan pemasaran. Fungsi ini bertujuan untuk mengubah produk berdasarkan bentuk (*form*), waktu (*time*), tempat (*place*) atau kepemilikan (*possession*). Yang kedua adalah titik produsen atau petani. Yang ketiga adalah titik konsumen. Tujuan dari suatu pemasaran adalah

menyampaikan produk ke konsumen akhir sebagai transaksi akhir (Sudaryono, 2016).

### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran yang baik mencakup segala upaya pemenuhan kebutuhan produk/jasa mulai dari produsen, supplier, distributor hingga konsumen dengan menciptakan & menawarkan nilai Dari hulu ke hilir, saluran distribusi yang efektif dibangun dengan trust dan komitmen agar target perusahaan dapat tercapai. Pada sektor jasa, para anggota saluran pemasaran kurang mengetahui alur saluran sehingga pendistribusian selain tidak efektif tetapi proses penciptaan nilai pun tidak dapat dibangun. Saluran- saluran pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan, karena banyak juga produsen yang tidak memiliki kemampuan finansial dan keahlian yang cukup untuk melakukan penjualan secara langsung yang cukup kepada konsumen (Nurseto, 2018). Banyak juga produsen yang tidak memiliki kemampuan finansial dan keahlian yang cukup untuk melakukan penjualan secara langsung yang cukup kepada konsumen. Ada beberapa tingkatan dalam saluran saluran pemasaran dan para ahli pun memiliki pengistilahan yang berbeda namun tetap satu makna dalam menjabarkannya (Koeswandi, 2020).

## PEMASARAN BIBIT SALAK MADU



Gambar 1. Tingkat Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan ataupun perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian. Ditingkat desa, kita lihat ada tengkulak dan ada pedagang perantara serta pengecer. Ditingkat kecamatan juga ada perantara, pengumpul dan pengecer. Keadaan ini juga terjadi ditingkat Kabupaten dan Provinsi. Masing masing lembaga tataniaga mengeluarkan biaya tataniaga dan akan memperoleh keuntungan yang disebut bagian dari margin tataniaga (Daniel, 2014).

## **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya (Sari, 2021).

Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Tujuan strategi pemasaran adalah membuat penjual berlebih-lebihan dan mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk (*service*) cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya. Dengan berkembangnya masyarakat maka keinginan masyarakat berkembang pula. Di lain pihak produsen mengambil langkah khusus dan promosi untuk menggerakkan keinginan masyarakat terhadap produk yang dipromosikan sebagai pemuas dari salah satu atau lebih kebutuhan manusia. Pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan pelanggan, pemasok, distributor

dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka (Sari, 2021).

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini didasari pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki dampak yang sangat besar dari rancangan suatu strategi yang berhasil.

Matriks IFE(*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilai yang merupakan hasil dari pengelompokan factor – factor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya. Matriks IFE digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi factor – factor eksternal perusahaan (Astuti, 2020).

**Tabel 1. Matriks SWOT**

<i>IFE</i>	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>EFE</i>	ST	WT
<i>Threats (T)</i>	Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman
<i>Opportunities (O)</i>	SO	WO
	Memanfaatkan potensi untuk menjadi peluang	Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Sumber : Setyowati, 2020.

### **Penelitian Terdahulu**

Wasito (2018) dengan judul “Analisis Finansial dan Kelayakan Usahatani Salak Pondoh di Desa Tiga Juhar Kecamatan STM Hulu Kabupaten Deli Serdang”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha tani salak pondoh di Desa Tiga Juhar Kecamatan STM Hulu secara finansial layak diusahakan dan menguntungkan untuk dilanjutkan. Hal ini merujuk pada besaran nilai Net B/C = 3,5. NPV= 116.953.200. IRR= 20,6% dan PBP = 4 Tahun 8 Bulan. Usaha tani salak pondoh sensitive terhadap penurunan produksi dan penurunan harga produksi tetapi tidak sensitive terhadap kenaikan harga pupuk.

Zailani (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran Salak Pondoh (Sallacca Zalacca) Di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser Kalimantan Timur”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor IFAS dalam pemasaran salak pondoh di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser yaitu untuk faktor internal kekuatan adalah struktur

permodalan, luas lahan, kualitas buah, kemampuan inovasi produk dan jenis perencanaan, sedangkan untuk faktor internal kelemahan yaitu kapasitas produksi, kemampuan perencanaan, kualitas sumberdaya manusia, sarana angkutan dan promosi. Faktor EFAS untuk faktor eksternal peluang yaitu kemampuan memasuki pasar, pemanfaatan teknologi, pemilihan pelanggan, birokrasi pemerintah dan kebijakan tentang lingkungan. Sedangkan untuk faktor eksternal ancaman yaitu kondisi ekonomi dan politik, jumlah pelanggan, jumlah pesaing, substitusi produk, dan pengaruh kenaikan harga BBM.

Sari (2021) dengan judul “ Strategi Pemasaran Sari Buah Salak (Study Kasus: Pusat Oleh-Oleh Pronojiwo Winna Sari, Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh industri Winna Sari rata-rata memiliki skor 0.396, sedangkan untuk kelemahan sedangkan untuk kelemahan utama dari Industri CV. Winna Sari adalah kurangnya promosi dan sistem informasi yang kurang memadai dengan skor 0.155 dan peluang utama yang dimiliki oleh Industri CV. Winna Sari adalah kerjasama dengan petani dengan skor 0.436. Sedangkan untuk ancaman utama yang dihadapi oleh Industri CV. Winna Sari adalah kerusakan bahan baku akibat iklim dan harga bahan baku yang berfluktuatif dengan skor 0,436. Terlihat bahwa nilai total skor peluang lebih besar dibanding nilai total skor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan lebih merespon peluang dibanding ancaman.

Khairul (2020) dengan judul “Strategi Pemasaran Salak Pondoh (*salaca edulis*) (Studi Kasus : CV. Sinar Ponti)”. Metode analisis data yang digunakan

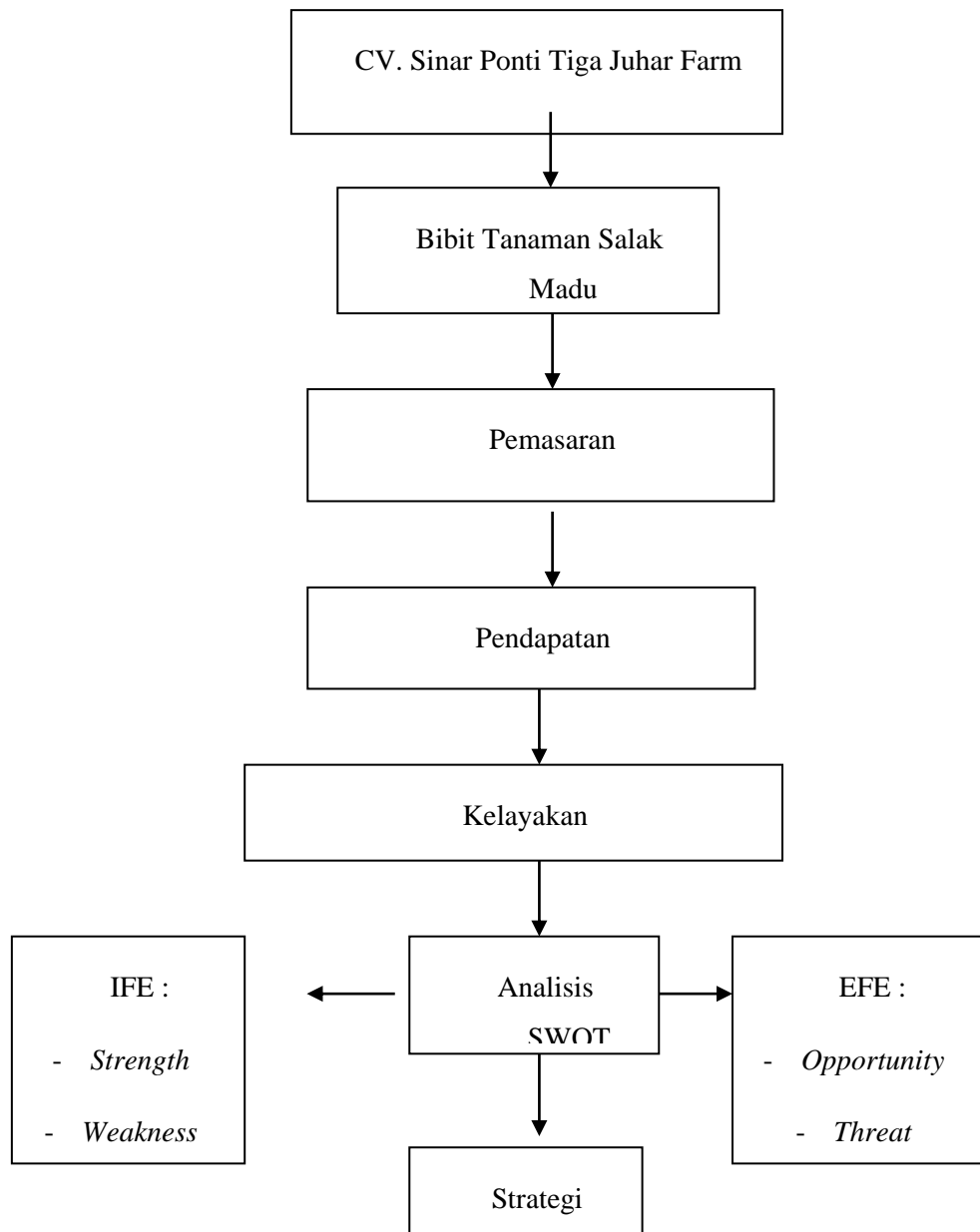
dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian bahwa disimpulkan strategi yang digunakan adalah Strategi Agresif. Strategi Agresif inilebih fokus kepada SO ( Strength – Opportunities), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dari segi internal perusahaan kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu nilai kekuatan 2,038 dan nilai kelemahan 0,967. Contoh dari kekuatan yaitu pelayanan CV yang baik dan memuaskan, Produk yang berkualitas, *Segmentasi, Targetting* dan *Posisitioning* perusahaan jelas, memiliki konsumen tetap, memiliki pengalaman kerja yang baik. Kemudian dari segi eksternal peluang lebih besar dari pada ancaman. Dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu dengan nilai peluang sebesar 2.043 dan nilai kelemahan 1,214.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan alur dari penelitian yang dipakai oleh seorang peneliti. Pada penelitian ini, strategi pemasaran dengan menggunakan analisis data. Dimana analisis data yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran bibit pohon buah salak madu. Petani harus mampu memanfaatkan sebaik mungkin agar menghasilkan produktivitas bibit pohon buah salak madu yang maksimal. Dalam melakukan usahatani, tentunya petani akan mengharapkan hasil yang maksimal. Petani juga di harapkan memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai saluran pemasaran. Sehingga nantinya akan dapat dianalisis keuntungan dan kelayakan yang telah didapat dari hasil usahatannya.

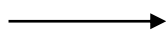
Secara skematis, berikut adalah gambaran kerangka pemikiran tersebut :





Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :



: menunjukkan hubungan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case Study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan observasi langsung ke lapangan. Dalam metode studi kasus, penelitian yang akan diteliti lebih terarah pada sifat tertentu dan tidak berlaku umum. Metode studi kasus meneliti objek tertentu selama kurun waktu, dan di batasi oleh kasus, lokasi, tempat, serta waktu tertentu.

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm, penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (Purposive) dengan pertimbangan bahwa CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm merupakan perusahaan penghasil bibit tanaman salak madu yang ada disalah satu sentra penghasil bibit tanaman salak madu di Kabupaten Deli Serdang. Lokasi CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm berada di Desa Rumah Sumbul Kecamatan Sinembah Tanjung Muda Hulu Kabupaten Deli Serdang, Medan.

### **Metode Penarikan Sempel**

CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm memiliki 15 responden yang bertanggung jawab atas pemasaran bibit buah pohon salak madu diantaranya pemimpin perusahaan, bagian administrasi, bagian marketing, bagian operasional, konsumen dan pesaing sehingga metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu metode sampling jenuh. Hal ini dilakukan jika jumlah anggota populasi relatif kecil (<15 orang) atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka-angka meliputi penjualan, biaya-biaya dan angka-angka berdasarkan hasil kuisioner dari responden pakar yang meliputi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan. Data kualitatif adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara berupa tanggapan yang diberikan oleh respon pakar berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pemasaran bibit pohon buah salak madu.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi metode pengumpulan data primer yang dilakukan yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan data dilakukan melalui pimpinan, karyawan, konsumen, dan lembaga yang ada di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini merupakan data pelengkap yang didapatkan dari pustaka, literature, skripsi dan buku relevan dengan penelitian ini, baik yang berasal dari CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm maupun instansi lain.

### **Metode Analisis Data**

Untuk menguji rumusan masalah ini, dianalisis dengan cara menghitung pendapatan CV. Sinar Ponti dengan metode perhitungan yaitu :

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Keterangan :

TC = Total Cost

FC = Fixed Cost

VC = Variabel Cost

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total revenue (penerimaan)

P = Harga produk

Q = Jumlah produksi

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

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

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

**Tabel 2. Bobot setiap indikator**

-	Kekuatan = 1	-	Peluang = 1
-	Kelemahan = 1	-	Ancaman = 1

*Sumber : Jailani, 2018*

- d. Nilai

Nilai setiap indikator yang dikaji dalam SWOT berkala antara 1 sampai

dengan tingkatan sebagai berikut.

**Tabel 3. Nilai setiap indikator**

Nilai	Kekuatan / Kelemahan	Peluang / Ancaman
1	Tidak setuju	Tidak baik
2	Kurang setuju	Kurang baik
3	Setuju	Baik
4	Sangat setuju	Sangat baik

*Sumber : Jailani, 2018*

e. Nilai tertimbang

Pemberian nilai tertimbang berdasarkan perkalian antara bobot dan nilai yang diberikan pada setiap indikator. Pemberian bobot mengacu pada Jailani (2018).

Faktor Internal

Kekuatan

**Tabel 4. Indikator kekuatan**

	Indicator	Bobot	Rating	Nilai
1	Stuktur permodalan			
2	Pelayanan			
3	Kualitas bibit buah			
	Jumlah			

*Sumber : Jailani, 2018*

Kelemahan

**Tabel 5. Indikator kelemahan**

	Indicator	Bobot	Rating	Nilai
1	Promosi produk			
2	Hubungan kerjasama			
3	Sarana angkutan			
	Jumlah			

*Sumber : Jailani, 2018*

Faktor Eksternal

Peluang

**Tabel 6. Indikator peluang**

	Indicator	Bobot	Rating	Nilai
1	Segmen pasar			
2	Pemilihan pelanggan			
3	Birokrasi pemerintah			
Jumlah				

*Sumber : Jailani, 2018*

Ancaman

**Tabel 7. Indikator ancaman**

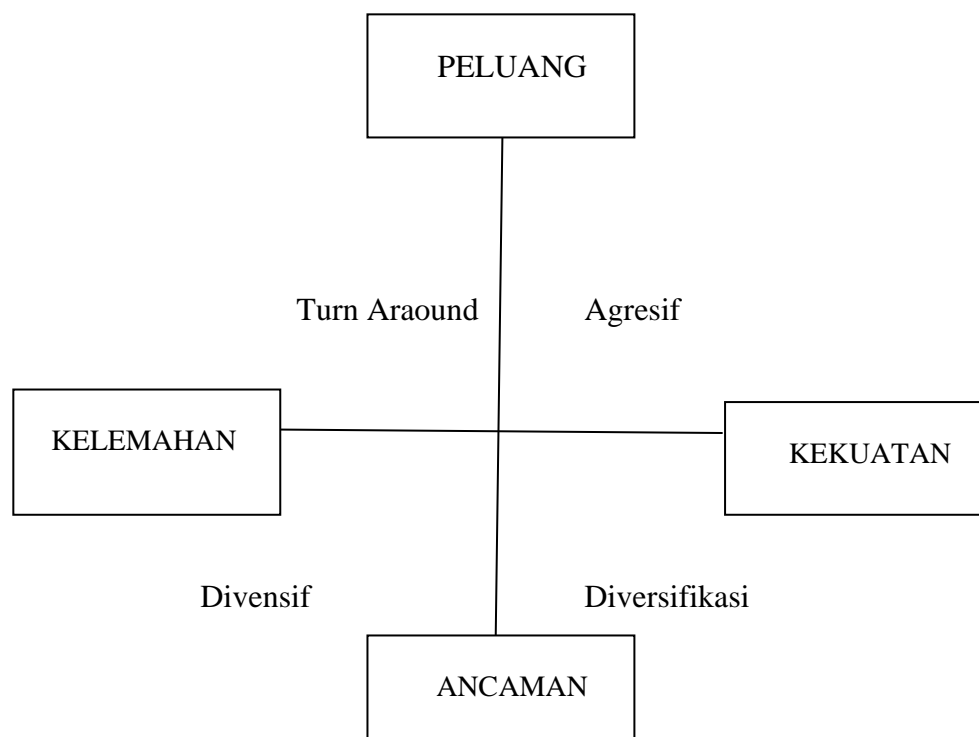
	Indicator	Bobot	Rating	Nilai
1	Jumlah pelanggan			
2	Jumlah pesaing			
3	Substitusi produk			
Jumlah				

*Sumber : Jailani, 2018*

f. Matriks SWOT

Matriks ini menggambarkan dengan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi diselesaikan dengan kekuatan dan kelemahan. Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi. Strategi S-O menuntut perusahaan mampu memanfaatkan peluang melalui kekuatan internalnya. Strategi W-O menuntut perusahaan untuk meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang. Strategi S-T merupakan pengoptimalan kekuatan dalam menghindari ancaman dan WT merupakan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Menurut Afridhal (2017) Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO atau strategi kelemahan peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT atau strategi kelemahanancaman merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.



Gambar 3. Diagram SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung

kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa batasan, hal itu dilakukan agar tidak terjadi kekeliruan dan salah pengertian. Maka dibuatlah beberapa Batasan operasional dalam penelitian ini. Batasan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Usahatani yang diusahakan di daerah penelitian adalah usahatani bibit tanaman salak madu.
2. Kelayakan usaha mencakup penerimaan dan pendapatan.
3. Analisis SWOT mencakup faktor internal perusahaan dan factor eksternal perusahaan.
4. Faktor internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Factor eksternal perusahaan terdiri dari peluang dan ancaman.
5. Indikator kekuatan mencakup : struktur permodalan (Rp), luas lahan (Ha), dan



kualitas bibit buah.

6. Indikator kelemahan mencakup : kapasitas produksi (btg), kualitas sumber daya manusia, dan sarana angkutan.
7. Indikator peluang mencakup : kemampuan memasuki pasar, pemilihan pelanggan, dan birokrasi pemerintah.
8. Indikator ancaman mencakup : jumlah pelanggan, jumlah pesaing, dan substitusi produk.
9. Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi pemasaran perusahaan.
10. Lokasi penelitian dilakukan di CV Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Desa Rumah Sumbul Kecamatan Sinembah Tanjung Muda Hulu Kabupaten Deli Serdang.
11. Sampel dalam penelitian adalah petani di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm dan berjumlah 15 orang yaitu direktur utama, karyawan, dan konsumen.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak dan Luas Daerah**

Penelitian dilakukan di Desa Tiga Juhar Kecamatan Senembah Tanjung Muda (STM) Hulu yang menjadi daerah penelitian tepatnya di CV Sinar Ponti Tiga Juhar Farm, berikut profil wilayah penelitian sebagai berikut :

1. Provinsi : Sumatera Utara
2. Kabupaten : Deli Serdang
3. Kecamatan : STM Hulu
4. Desa : Tiga Juhar
5. Luas Desa : 286 ha
6. Jumlah penduduk : 2.852 jiwa
7. Jumlah Dusun : 3 Dusun
8. Batas Desa
  - Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Rumah Lengo
  - Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Durian IV Mbelang
  - Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Rumag Sumbuh
  - Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Ringgit-git

### **Profil Perusahaan**

CV. Sinar Ponti yang beralamat di Jl. Bintang Asi Dusun I Desa rumah Sumbul Kecamatan Sinembah Tanjung Muda (STM) Hulu Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Luas lahan yang dimiliki lebih kurang sebesar 150 Ha, didirikan pada tanggal 2 November 2015.

CV. Sinar Ponti dimiliki oleh seorang pengusaha yang berasal dari daerah Setia Tanjung Muda Hulu yang bernama Ahmad Jani Ginting dan dipimpin oleh

direktur utama bernama Dedi Juliardi. Pada awalnya CV. Sinar Ponti dimiliki oleh pengusaha yang beretnis tionghoa dimana perusahaan ini pada saat itu berfokus pada budidaya tanaman perkebunan yaitu sawit.

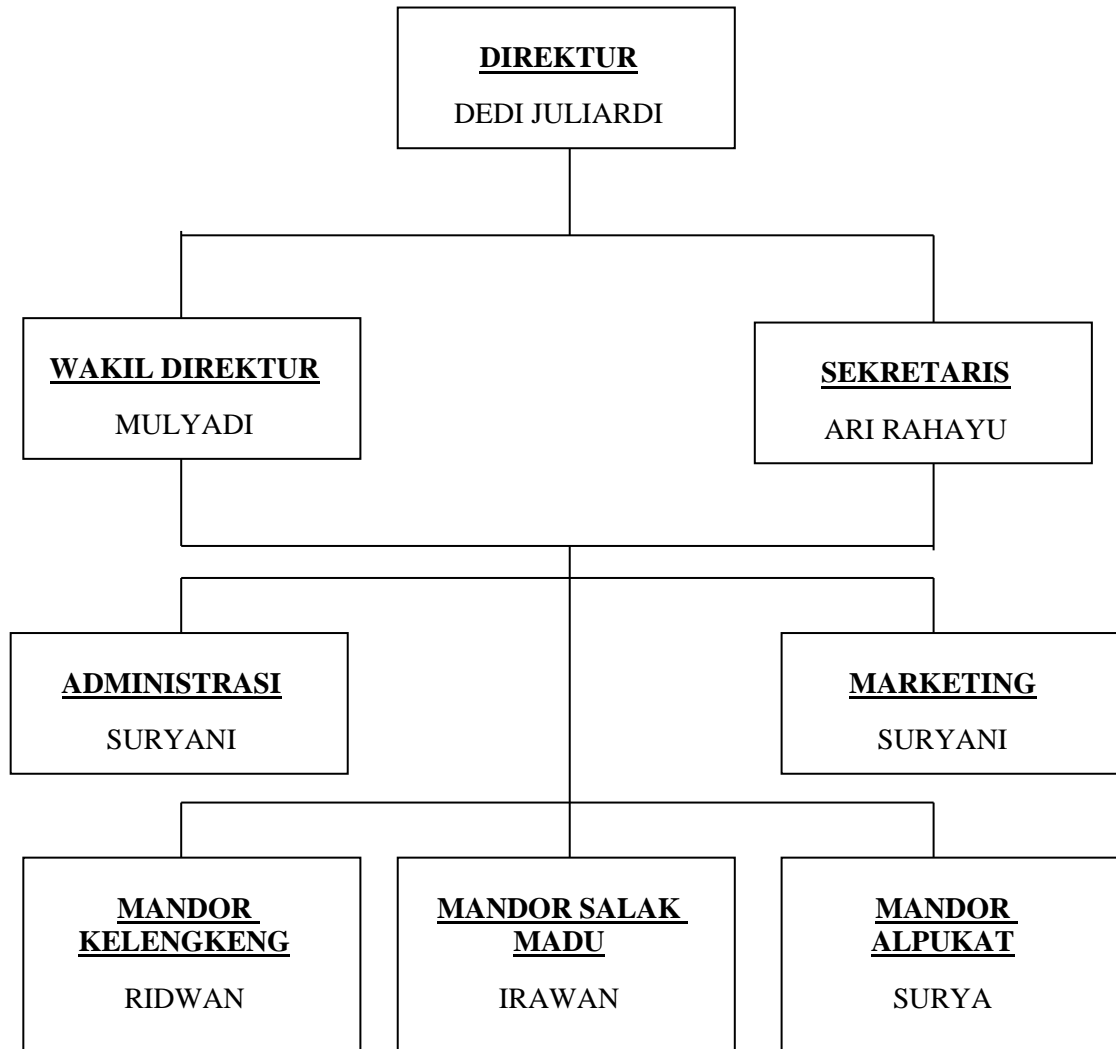
Pada tahun 1998 perusahaan ini dibeli oleh Bapak Ahmad Jani Ginting. Perusahaan ini dibawah kepemilikan Bapak Ahmad Jani Ginting merubah fokus budidayanya menjadi fokus budidaya tanaman buah. Pada tahun 1998 perusahaan ini belum memiliki CV dan nama perusahaan juga bukan Sinar Ponti, namun nama perusahaan ini berubah-ubah salah satu namanya ialah Tiga Juhar Farm. Perusahaan ini mendaftarkan namanya menjadi CV. Sinar Ponti pada 2 November 2016 sehingga sampai saat ini perusahaan dikenal dengan CV. Sinar Ponti.

CV. Sinar Ponti bergerak dibidang usaha tanaman perkebunan dan tanaman hortikultura, namun saat ini perusahaan berfokus pada tanaman hortikultura atau tanaman buah-buahan, antara lain ialah pengadaan bibit buahbuahan seperti bibit kelengkeng, alpukat, salak madu, salak pondo, dan sapote. Dan juga pengadaan buah-buahan segar yaitu buah salak madu, salak pondo, kelengkeng, alpukat, kemudian juga perdagangan bibit-bibit ikan diantaranya bibit ikan Nila Bangkok dan bibit ikan Koi.

Tanaman yang kini sudah ditanam di CV. Sinar Ponti antara lain adalah salak madu dengan luas lahan 5 Ha, salak pondo dengan luas lahan 20 Ha, kelengkeng dengan luas lahan 5 Ha, kurma kultur jaringan dengan luas lahan 4 Ha, Sawit dengan luas lahan 110 Ha, dan alpukat dengan luas lahan 2 Ha. Jumlah karyawan yang dimiliki oleh CV. Sinar Ponti ialah 65 orang.

## Struktur Organisasi Perusahaan

Adapaun stuktur organisasi perusahaan CV. Sinar Ponti ialah :



Gambar 4. Struktur Organisasi Perusahaan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Sampel

Responden pada penelitian ini terdiri dari 15 sampel yang terdiri dari direktur utama, karyawan dan konsumen. Karakteristik sampel yang diambil yaitu jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
1	Laki-laki	12	80
2	Perempuan	3	20
Jumlah		15	100

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin laki-laki memiliki jumlah jiwa paling banyak yaitu sebesar 12 jiwa dengan presentase 80% sedangkan perempuan memiliki jumlah jiwa yaitu sebesar 3 jiwa dengan presentase 20% (lamp. 3).

**Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (tahun)	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
1	20-30	2	13,34
2	31-40	8	53,36
3	41-50	0	0
4	51-60	5	33,35
Jumlah		15	100

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Dapat dilihat dari tabel diatas usia 20-30 tahun memiliki jumlah jiwa sebesar 2 jiwa dengan presentase 13,34% usia 31-40 memiliki jumlah jiwa paling banyak yaitu sebesar 8 jiwa dengan presentase 53,36% usia 41-50 memiliki

jumlah jiwa sebesar 0 jiwa dengan presentase 0% dan usia 51-60 memiliki jumlah jiwa sebesar 5 jiwa dengan presentase 33,35% (lamp. 4).

**Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
1	SD	5	33,35
2	SMP	3	20
3	SMA	7	46,69
Jumlah		15	100

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Dapat dilihat dari data diatas pendidikan SD memiliki jumlah jiwa sebesar 5 jiwa dengan presentase 33.35% pendidikan SMP memiliki jumlah jiwa sebesar 3 jiwa dengan presentase 20% dan pendidikan SMA memiliki jumlah jiwa paling banyak yaitu sebesar 7 jiwa dengan presentase 46,69% (lamp. 5).

### **Analisis Usahatani Bibit Salak Madu**

Biaya produksi dalam memproduksi bibit salak madu di CV. Sinar Ponti ialah terbagi menjadi dua jenis biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang tidak bertambah jika adanya perubahan volume produksi dan biaya variabel adalah biaya yang dapat berubah jika volume produksinya berubah. Biaya produksi adalah suatu hal yang harus benar-benar diperhatikan, karena hal ini berpengaruh langsung terhadap kelanjutan suatu usaha, dan biaya produksi harus dicatat secara tertulis untuk menjadi acuan perusahaan dalam mengambil keputusan-keputusan.

#### **1. Biaya Tetap**

Biaya tetap yang dikeluarkan CV. Sinar Ponti dalam memproduksi bibit salak madu ialah biaya alat dan pajak.

**Tabel 11. Biaya Penggunaan Alat**

No.	Alat	Jumlah	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Dodos	5 unit	120.000,00	600.000,00
2	Sarung Tangan	3 unit	130.000,00	390.000,00
3	Infus Bekas	3 kg	10.000,00	30.000,00
4	Polybag	3 kg	25.000,00	75.000,00
Jumlah			265.000,00	1.095.000,00

*Sumber: Data Biaya CV. Sinar Ponti 2023.*

Biaya penggunaan alat dalam usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti terdiri dari biaya dodos Rp. 600.000,00 biaya sarung tangan Rp.390.000,00 biaya infus bekas Rp. 30.000,00 biaya polybag Rp. 75.000,00 maka didapatkan total biaya penggunaan alat berjumlah Rp. 1.095.000,00 (lamp. 6).

Alat-alat yang digunakan dalam usahatani pastinya memiliki penyusutan, maka adapun penyusutan alat-alat usahatani salak madu di CV. Sinar Ponti yaitu terdiri dari penyusutan dodos, sarung tangan, infuse bekas, dan polybag ialah sebagai berikut.

**Tabel 12. Jenis dan Besar Biaya Penyusutan Alat**

No.	Jenis Alat	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis	Nilai Terpakai 19 bulan (Rp)
1	Dodos	600.000,00	4	237.500,00
2	Sarung Tangan	390.000,00	2	308.750,00
3	Infus Bekas	30.000,00	2	23.750,00
4	Polybag	75.000,00	2	59.375,00
Jumlah		1.095.000,00		629.375,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Dapat dilihat dari tabel diatas penyusutan alat-alat yang ada pada usahatani bibit salak madu. Dodos memiliki umur ekonomis empat tahun dengan biaya penyusutan sebesar Rp. 237.500,00 sarung tangan memiliki umur ekonomis dua tahun dengan biaya penyusutan sebesar Rp. 308.750,00 infus bekas memiliki umur ekonomis dua tahun dengan biaya

penyusutan sebesar Rp. 23.750,00 polybag memiliki umur ekonomis dua tahun dengan biaya penyusutan sebesar Rp. 59.375,00. Total biaya alat yang digunakan pada usahatani bibit salak madu setelah penyusutan ialah Rp. 629.375,00 (lamp. 6).

**Tabel 13. Biaya Pajak Bumi dan Bangunan**

No	Jenis Pajak	Jangka Waktu Pembayaran	Biaya Pajak/Tahun (Rp)
1	Pajak Bumi dan Bangunan 5 ha tahun 2021	1 tahun	700.000,00

*Sumber: Data Biaya CV. Sinar Ponti 2023.*

Beban pajak yang dimiliki CV. Sinar Ponti dalam jangka waktu data penelitian adalah biaya pajak bumi dan bangunan selama satu tahun. Biaya pajak perhektarenya ialah Rp. 140.000,00 pertahun dan untuk lahan salak madu sebesar 5 hektare maka total biaya pajak bumi dan bangunannya ialah sebesar Rp.700.000,00 (lamp. 7).

**Tabel 14. Total Biaya Tetap Usahatani Bibit Salak Madu Tahun Agustus 2021-Februari 2023**

No	Uraian	Total Biaya (Rp)
1	Dodos	237.500,00
2	Sarung Tangan	308.750,00
3	Infus Bekas	23.750,00
4	Polybag	59.375,00
5	Pajak Bumi dan Bangunan	700.000,00
	Jumlah	1.329.375,00

*Sumber: Data biaya CV. Sinar Ponti, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan biaya tetap usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti tahun 2020-2022 ialah dibagi menjadi lima bagian, yaitu biaya alat seperti dodos, sarung tangan, infus bekas, dan polybag. Kemudian biaya tetap lainnya yaitu pajak bumi dan bangunan.



Maka berdasarkan tabel diatas, dodos memiliki total biaya tetap sebesar Rp. 237.500,00 sarung tangan memiliki total biaya tetap sebesar Rp. 308.750,00 infus bekas memiliki total biaya tetap sebesar Rp. 23.750,00 polybag memiliki total biaya tetatp sebesar Rp. 59.375,00 dan pajak bumi dan bangunan memiliki total biaya tetap sebesar Rp. 700.000,00. Maka keseluruhan biaya tetap tahun agustus 2021- february 2023 yang dikeluarkan CV. Sinar Ponti ialah sebesar Rp. 1.329.375,00.

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya-biaya yang pada limit tertentu atau kapasitas tertentu totalnya akan tetap meskipun volume perusahaan berubah-ubah, sejauh tidak melampaui kapasitas total biaya tetap tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya volume kegiatan perusahaan (Khaddafi dkk, 2019.)

## 2. Biaya Variabel

Biaya variabel yang digunakan CV. Sinar Ponti dalam memproduksi bibit salak madu sejak Agustus 2021- Februari 2023 ialah pupuk NPK, pupuk urea, *Antracol 70 WP* dan upah karyawan.

**Tabel 15. Biaya Variabel Pupuk NPK Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021- Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penggunaan (kg)	Total Biaya (Rp)
1	2021	Agustus - Desember	5	137.000,00
2	2022	Januari - Desember	9	234.000,00
3	2023	Januari - Februari	1	22.000,00
Jumlah			15	393.000,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada bulan Agustus - Desember tahun 2021 pemakaian pupuk NPK sebanyak 5 kg dengan total biaya sebesar Rp. 137.000,00 pada bulan Januari - Desember tahun 2022 pemakaian pupuk NPK sebanyak 9 kg dengan total biaya sebesar Rp. 234.000,00 dan pada bulan Januari - Februari tahun 2023 pemakaian pupuk NPK sebanyak 1 kg dengan total biaya sebesar Rp. 22.000,00. Maka pemakaian pupuk NPK mulai dari bulan Agustus 2021 - Februari 2023 sebanyak 15 kg dengan total biaya sebesar Rp. 393.000,00 (lamp. 8).

**Tabel 16. Biaya Variabel Pupuk Urea Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021 – Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penggunaan (kg)	Total Biaya (Rp)
1	2021	Agustus - Desember	4	94.000,00
2	2022	Januari - Desember	8	181.000,00
3	2023	Januari - Februari	1	22.000,00
Jumlah			13	297.000,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada bulan Agustus - Desember tahun 2021 pemakaian pupuk urea sebanyak 4 kg dengan total biaya sebesar Rp. 94.000,00 pada bulan Januari - Desember tahun 2022 pemakaian pupuk urea sebanyak 8 kg dengan total biaya sebesar Rp. 181.000,00 dan pada bulan Januari - Februari tahun 2023 pemakaian pupuk NPK sebanyak 1 kg dengan total biaya sebesar Rp. 22.000,00. Maka pemakaian pupuk urea mulai dari bulan Agustus 2021 - Februari 2023 sebanyak 13 kg dengan total biaya sebesar Rp. 297.000,00 (lamp. 9).

**Tabel 17. Biaya Variabel Fungisida *Antracol 70 WP* Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021 – Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penggunaan (botol)	Total Biaya (Rp)
1	2021	Agustus - Desember	2	26.000,00
2	2022	Januari - Desember	4	57.000,00
3	2023	Januari - Februari	1	14.000,00
Jumlah			7	97.000,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada bulan Agustus - Desember tahun 2021 pemakaian fungisida *antracol 70 WP* sebanyak 2 botol dengan total biaya sebesar Rp. 26.000,00 pada bulan Januari - Desember tahun 2022 pemakaian fungisida *antracol 70 WP* sebanyak 4 botol dengan total biaya sebesar Rp. 57.000,00 dan pada bulan Januari - Februari tahun 2023 pemakaian fungisida *antracol 70 WP* sebanyak 1 botol dengan total biaya sebesar Rp. 14.000,00. Maka fungisida *antracol 70 WP* mulai dari bulan Agustus 2021 - Februari 2023 sebanyak 7 botol dengan total biaya sebesar Rp. 97.000,00 (lamp. 10).

**Tabel 18. Biaya Variabel Upah Karyawan Usahatani Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021 – Februari 2023**

No	Bulan	Tahun		
		2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)
1	Januari	*	12.858.000,00	14.100.000,00
2	Februari	*	14.838.000,00	13.875.000,00
3	Maret	*	12.660.000,00	*
4	April	*	13.650.000,00	*
5	Mei	*	14.100.000,00	*
6	Juni	*	14.820.000,00	*
7	Juli	*	14.100.000,00	*
8	Agustus	14.124.000,00	13.848.000,00	*
9	September	14.124.000,00	13.755.000,00	*
10	Oktober	13.538.000,00	14.100.000,00	*
11	November	14.358.000,00	14.100.000,00	*
12	Desember	14.070.000,00	13.600.000,00	*
Jumlah		70.224.000,00	166.429.000,00	27.975.000,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Karyawan bibit salak madu CV. Sinar Ponti digaji dengan sistem upah, jumlah karyawan dari pengolahan lahan hingga pemasaran berjumlah enam orang. Total biaya upah karyawan pada bulan Agustus – Desember 2021 sebesar Rp. 70.224.000,00 total biaya upah karyawan pada bulan Januari – Desember 2022 sebesar Rp. 166.429.000,00 dan total biaya upah karyawan pada bulan Januari – Februari 2023 sebesar Rp. 27.975.000,00. Maka total upah karyawan bulan Agustus 2021 – Februari 2023 sebesar Rp. 264.628.000,00 (lamp. 11).

**Tabel 19. Total Biaya Variabel Usahatani Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021 – Februari 2023**

No	Uraian	Total Biaya (Rp)
1	Pupuk NPK	393.000,00
2	Pupuk Urea	297.000,00
3	<i>Antracol 70 WP</i>	97.000,00
4	Upah Karyawan	264.628.000,00
	Jumlah	265.415.000,00

*Sumber: Data biaya CV. Sinar Ponti, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan biaya variabel usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti dari bulan Agustus 2021 – Februari 2023 terbagi menjadi empat bagian, yaitu pupuk NPK, pupuk urea, *antracol 74 WP*, dan upah karyawan. Pupuk NPK memiliki total biaya sebesar Rp. 393,000,00 pupuk urea memiliki total biaya sebesar Rp. 297.000,00 fungisida *antracol 74 WP* memiliki total biaya sebesar Rp. 97.000,00 dan upah karyawan memiliki total biaya sebesar Rp. 264.628.000,00. Maka keseluruhan biaya variabel bulan Agustus 2021 – Februari 2023 yang dikeluarkan CV. Sinar ponti ialah sebesar Rp. 265.415.000,00.

Dan biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya-biaya yang totalnya selaluberubah secara proporsional (sebanding) dengan kegiatan volume perusahaan ataudikatakan biaya variabel adalah biaya yang nilainya dipengaruhi oleh besarkecilnya volume produksi atau volume penjualan secara proporsional (Khaddafi dkk, 2018).

### 3. Biaya Total

Biaya total yang dikeluarkan oleh CV. Sinar Ponti dalam memproduksi bibit salak madu dari bulan Agustus 2021 – Februari 2023 ialah gabungan antara biaya tetap dengan biaya variabel. Rumus yang digunakan yaitu.

$$TC = FC + VC$$

Diketahui: TC = Total Biaya (*Total cost*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed cost*)

VC = Biaya Variabel (*Variable cost*)

**Tabel 20. Total Biaya Usahatani Bibit Salak Madu di CV. Sinar Ponti dari Bulan Agustus 2021 – Februari 2023**

No	Biaya Usahatani	Total Biaya (Rp)
1	Biaya Tetap	1.329.375,00
2	Biaya Variabel	265.415.000,00
	Jumlah	266.744.375,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas, dijelaskan total biaya yang dikeluarkan CV. Sinar Ponti untuk memproduksi bibit salak madu dari Agustus 2021 – Februari 2023 ialah total biaya tetap sebesar Rp. 1.329.375,00 ditambah dengan total biaya variabel sebesar Rp. 265.415.000,00. Maka didapatkan

total biaya yang dikeluarkan CV. Sinar Ponti dari Agustus 2021 – Februari 2023 ialah sebesar Rp. 266.744.375,00.

### **Penerimaan**

Setiap perusahaan pastinya menginginkan tercapainya jumlah produksi yang diinginkan, hal ini dikarenakan jika total produksi banyak maka penerimaan perusahaan meningkat begitupula dengan pendapatannya dimana pendapatan yang tinggi pada perusahaan termasuk salah satu tujuan perusahaan. Penerimaan merupakan hasil dari perkalian antara total produksi dengan harga jual, harga jual bibit salak madu di CV. Sinar Ponti yaitu Rp 37.000,00. Untuk mengetahui jumlah total penerimaan usahatani di CV. Sinar Ponti maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Diketahui :

TR = Total Penerimaan

P = Harga Produksi

Q = Jumlah Produksi

**Tabel 21. Data Produksi Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021- Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Produksi (btg)	Nilai (Rp)
1	2021	Agustus – Desember	2.531	93.647.000,00
2	2022	Januari – Desember	5.257	194.509.000,00
3	2023	Januari - Februari	1.095	40.515.000,00
Jumlah			8.8883	328.671.000,00

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.*

Rincian produksi pada bulan Agustus – Desember 2021 memiliki jumlah produksi sebesar 2.531 batang dengan penerimaan sebesar Rp. 93.647.000,00 pada bulan Januari – Desember 2022 memiliki jumlah produksi sebesar 5.257 batang dengan penerimaan sebesar Rp. 194.509.000,00 dan pada bulan Januari – Februari memiliki jumlah produksi sebesar 1.095 batang dengan penerimaan sebesar Rp. 40.515.000,00. Maka total produksi bibit salak madu bulan Agustus 2021 – Februari 2023 sebesar 8.883 batang dengan penerimaan sebesar Rp. 328.671.000,00 (lamp. 13).

### **Pendapatan**

Pendapatan bibit salak madu CV. Sinar Ponti menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Diketahui: Pd = Pendapatan usahatani

$$TR = \text{Total Penerimaan (Total revenue)}$$

$$TC = \text{Total Biaya (total Cost)}$$

$$Pd = TR - TC$$

$$= \text{Rp. } 328.671.000,00 - \text{Rp. } 266.744.375,00$$

$$= \text{Rp. } 61.926.625,00 / \text{periode}$$

Analisis pendapatan usahatani bibit salak madu pada CV. Sinar Ponti Kecamatan Setia Tanjung Muda Hulu, Kabupaten Deli Serdang dijelaskan oleh rumus analisis pendapatan yaitu  $Pd = TR - TC$ , maka dari itu didapatkan nilai pendapatan usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti bulan Agustus 2021 –

Februari 2023 sebesar Rp. 61.926.625,00 dalam periode 1 tahun 7 bulan.

**Tabel 22. Pendapatan Usahatani Bibit Salak Madu CV. Sinar Ponti Bulan Agustus 2021 – Februari 2023**

No	Uraian	Jumlah
1	<b>Biaya Tetap (Rp)</b>	
	1. Dodos	Rp. 237.500,00
	2. Sarung Tangan	Rp. 308.750,00
	3. Infus Bekas	Rp. 23.750,00
	4. Polybag	Rp. 59.357,00
	5. Pajak Bumi dan Bangunan	Rp. 700.000,00
	<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp. 1.329.375,00</b>
2	<b>Biaya Variabel (Rp)</b>	
	1. Pupuk NPK	Rp. 393.000,00
	2. Pupuk Urea	Rp. 297.000,00
	3. <i>Antracol 74 WP</i>	Rp. 97.000,00
	4. Upah Karyawan	Rp. 264.628.000,00
	<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp. 265.415.000,00</b>
3	<b>Produksi (Btg)</b>	
	1. 2021	2.531 btg
	2. 2022	5.257 btg
	3. 2023	1.095 btg
	<b>Total Produksi</b>	<b>8.883 btg</b>
	<b>Penerimaan (Rp)</b>	
	1. 2021	Rp. 93.647.000,00
	2. 2022	Rp. 194.509.000,00
	3. 2023	Rp. 40.515.000,00
	<b>Total Penerimaan</b>	<b>Rp. 328.671.000,00</b>
4	<b>Pendapatan (Rp)</b>	
	Total Penerimaan	Rp. 328.671.000,00
	Total Biaya	Rp. 266.744.375,00
	<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp. 61.926.625,00</b>

*Sumber: Data Primer setelah diolah, 2023.*

### **Analisis Kelayakan Usahatani**

Analisis kelayakan usaha sangat diperlukan oleh perusahaan karena analisis kelayakan usaha menjadi informasi bagi pemilik perusahaan bahwasannya apakah usaha tersebut layak dijalankan atau tidak. Untuk mengetahui suatu usaha tersebut layak atau tidaknya maka pendekatan yang digunakan ialah R/C atau



*Revenue Cost Ratio*. *Revenue Cost Ratio* adalah perbandingan antara nilai penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam usahatani, maka analisis kelayakan usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti dituliskan sebagai berikut:

$$R/C = TR/TC$$

Diketahui:

$R/C = \text{Return Cost Ratio}$  (Hasil perbandingan total penerimaan dan total biaya)

$TR = \text{Total Revenue}$  (Total Penerimaan)

$TC = \text{Total cost}$  (Total Biaya)

Dengan kriteria apabila:

$a > 1$  = Usahatani salak madu di CV. Sinar Ponti menguntungkan dan layak diusahakan.

$a < 1$  = Usahatani salak madu di CV. Sinar Ponti tidak menguntungkan dan tidak layak diusahakan.

$a = 1$  = Usahatani salak madu di CV. Sinar Ponti berada pada titik impas atau tidak menguntungkan juga tidak merugikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu pada bulan Agustus 2021 - Februari 2023 diperoleh tingkat kelayakan usatani sebagai berikut:

$$R/C = TR/TC$$

$$= \text{Rp. } 328.671.000,00 / \text{Rp. } 266.744.375,00$$

$$= 1,23$$

Penerimaan usahatani salak madu CV. Sinar Ponti ialah sebesar

Rp.328.671.000,00 dengan total biaya sebesar Rp. 266.744.375,00 sehingga diperoleh nilai *Revenue of Cost Ratio* sebesar 1,23. Dari segi keuntungan dengan data yang diambil dari bulan Agustus 2021 – Februari 2022 maka diperoleh keuntungan usahatani salak madu sebesar Rp. 61.926.625,00. Dengan demikian usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti masuk pada kategori  $a > 1$  atau artinya ialah usahatani bibit salak madu di CV. Sinar Ponti menguntungkan sehingga layak dijalankan dan juga dapat dikembangkan.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT diawali dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal meliputi lingkungan yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Analisis faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada CV Sinar Ponti.

Berikut hasil survei langsung ke lapangan dan sesuai dengan beberapa metode yang dipakai, untuk mengetahui faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada CV. Sinar Ponti yaitu :

#### 1. Faktor Internal

Beberapa kekuatan (*Strength*) di CV. Sinar Ponti :

##### a. Modal yang kuat dan berasal dari internal perusahaan

Modal yang dikelola oleh CV. Sinar Ponti berasal dari internal perusahaan. Ini dapat dilihat dari tidak adanya peminjaman modal dari pihak ketiga.

b. Pelayanan

CV. Sinar Ponti dengan kekuatan pelayanan yang baik dan memuaskan dari segi perlakuan perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen merasa terpuaskan dengan pelayanan yang diberi perusahaan.

c. Kualitas bibit buah

Bibit yang dihasilkan oleh CV. Sinar Ponti menghasilkan buah salak madu berkualitas baik dan siap untuk dikonsumsi atau dipasarkan kembali.

Beberapa kelemahan (*Weakness*) di CV. Sinar Ponti :

a. Promosi produk

Bibit salak madu di CV. Sinar Ponti tidak dipromosikan dengan efektif oleh direktur dan karyawan, sehingga produk bibit salak madu hanya diketahui oleh konsumen – konsumen tertentu.

b. Hubungan kerjasama

Belum adanya hubungan kerja sama dengan investor lokal maupun asing.

c. Sarana angkutan

Pengangkutan bibit yang kurang efisien sehingga sarana pengangkutan tidak dapat membawa bibit salak madu dalam sekali angkut.

2. Faktor Eksternal

Beberapa peluang (*Opportunities*) di CV. Sinar Ponti :

a. Segmen pasar

Bibit salak madu CV. Sinar Ponti memiliki daya tarik terhadap konsumen dan memiliki karakteristik yang berbeda sehingga bibit yang dipasarkan memiliki buah berkualitas baik.

b. Pelanggan Tetap

CV. Sinar Ponti memiliki pelanggan tetap sehingga CV. Sinar Ponti dalam mempromosikan produknya secara berkala.

c. Birokrasi Pemerintah

CV. Sinar Ponti mendapat dukungan dari birokrasi pembangunan seperti dinas pertanian dan kehutanan dalam berkontribusi sebagai penyedia bibit salak madu.

Beberapa ancaman (*Threat*) di CV. Sinar Ponti :

a. Jumlah Pelanggan

Pelanggan atau konsumen tidak memenuhi hasil produksi atau target bibit salak madu di CV. Sinar Ponti.

b. Jumlah Pesaing

Banyaknya pesaing dalam pemasaran bibit salak madu di daerah tersebut.

c. Substitusi Produk

Bibit salak madu yang dihasilkan memiliki tanaman pengganti sesuai perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang cenderung memilih tanaman sawit.

### Evaluasi Faktor Internal

Di bawah ini merupakan hasil pengolahan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) untuk menentukan rating dan bobot merupakan hasil penelitian dan konsultasi dengan CV. Sinar Ponti. Dan untuk penilaian skor kalikan rata-rata rating dengan rata-rata bobotnya.

**Tabel 23. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)**

Strategi Internal	Indikator	Bobot	Rating	Nilai	
<i>Strength</i> (Kekuatan)	S1	Struktur Permodalan	0,217	3,4	0,738
	S2	Pelayanan	0,17	2,7	0,459
	S3	Kualitas Bibit Buah	0,162	2,5	0,405
	Jumlah			<b>1,602</b>	
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	W1	Promosi Produk	0,149	2,3	0,343
	W2	Hubungan Kerjasama	0,145	2,3	0,334
	W3	Sarana Angkutan	0,157	2,5	0,392
	Jumlah			<b>1,069</b>	
Total		<b>1</b>		<b>2,671</b>	

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas diketahui hasil perhitungan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) menunjukkan bahwa total nilai faktor internal sebesar 2,671 dengan nilai kekuatan sebesar 1,602 dan nilai kelemahan sebesar 1,069. Hal ini menunjukkan bahwa posisi CV. Sinar Ponti memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahannya.

### Evaluasi Faktor Eksternal

Di bawah ini merupakan hasil pengolahan matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) untuk menentukan rating dan bobot merupakan hasil penelitian dan konsultasi dengan CV. Sinar Ponti. Dan untuk penilaian skor kalikan rata-

rata rating dengan rata-rata bobotnya.

**Tabel 24. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)**

Strategi Eksternal		Indikator	Bobot	Rating	Nilai
<i>Opportunity</i> (Peluang)	O1	Segmen Pasar	0,22	3,5	0,77
	O2	Pelanggan Tetap	0,18	2,7	0,489
	O3	Birokrasi Pemerintah	0,158	2,5	0,395
		Jumlah			<b>1,651</b>
<i>Threat</i> (Ancaman)	T1	Jumlah Pelanggan	0,138	2,2	0,304
	T2	Jumlah Pesaing	0,129	2	0,258
	T3	Substitusi Produk	0,184	2,9	0,534
		Jumlah			<b>1,095</b>
<b>Total</b>					<b>2,746</b>

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas diketahui hasil perhitungan Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) menunjukkan bahwa total nilai faktor eksternal sebesar 2,746 dengan nilai peluang sebesar 1,651 dan nilai ancaman sebesar 1,095. Hal ini menunjukkan bahwa posisi CV. Sinar Ponti memiliki peluang untuk mengatasi ancamannya.

Berdasarkan hasil perhitungan IFE dan EFE di atas, maka :

- a. Dari segi internal : *Strenght* > *Weakness*

$$1,602 > 1,069$$

- b. Dari segi eksternal : *Opportunity* > *Threat*

$$1,651 > 1,095$$

**Tabel 25. Matriks Penggabungan IFE dan EFE**

Strategi Internal		Indikator	Bobot	Rating	Nilai
<i>Strength</i> (Kekuatan)	S1	Struktur Permodalan	0,217	3,4	0,738
	S2	Pelayanan	0,17	2,7	0,459
	S3	Kualitas Bibit Buah	0,162	2,5	0,405
		Jumlah			<b>1,602</b>
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	W1	Promosi Produk	0,149	2,3	0,343
	W2	Hubungan Kerjasama	0,145	2,3	0,334
	W3	Sarana Angkutan	0,157	2,5	0,392
		Jumlah	<b>1</b>		<b>1,069</b>
<b>Selisih Kekuatan - Kelemahan</b>					<b>0,533</b>
<i>Opportunity</i> (Peluang)	O1	Segmen Pasar	0,22	3,5	0,77
	O2	Pelanggan Tetap	0,18	2,7	0,489
	O3	Birokrasi Pemerintah	0,158	2,5	0,395
		Jumlah			<b>1,651</b>
<i>Threat</i> (Ancaman)	T1	Jumlah Pelanggan	0,138	2,2	0,304
	T2	Jumlah Pesaing	0,129	2	0,258
	T3	Substitusi Produk	0,184	2,9	0,534
		Jumlah			<b>1,095</b>
<b>Selisih Peluang - Ancaman</b>					<b>0,556</b>

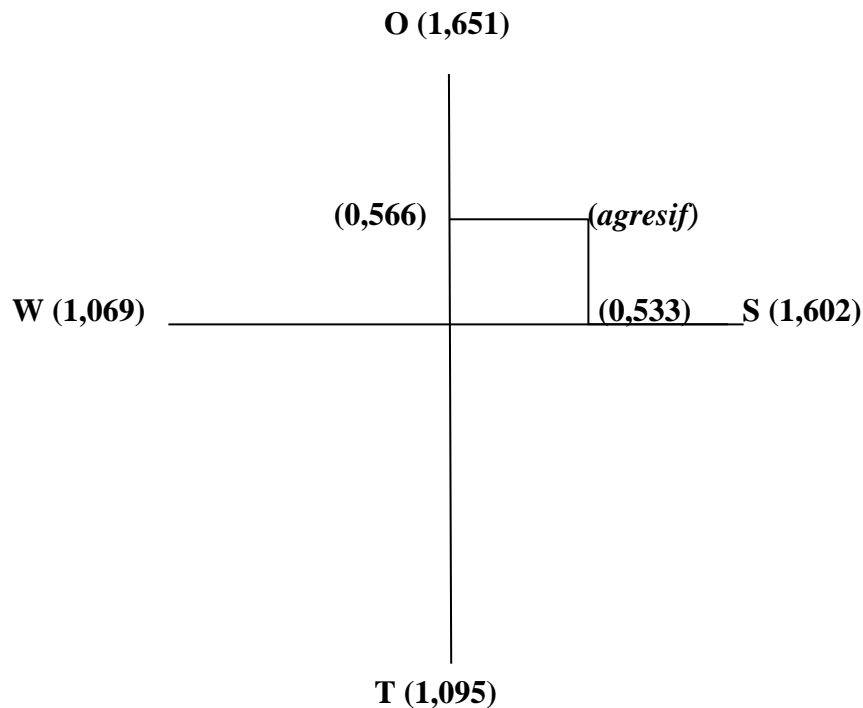
Sumber: Data Primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, selisih antara kekuatan dan kelemahan sebesar 0,533 dan selisih antara peluang dan ancaman sebesar 0,556. Dari hasil tersebut, maka sudah dapat dipastikan bahwa strategi yang akan digunakan adalah strategi Agresif.

### **Kuadran SWOT**

Setelah perhitungan bobot dan rating dari masing-masing faktor internal dan eksternal kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan maktriks posisi.

Matriks ini digunakan untuk melihat strategi pemasaran bibit salak madu (*Sallaca zalacca*) di CV. Sinar Ponti. Berdasarkan tabel diatas maka menghasilkan angka  $X > 0$  sebesar 0,533 dan angka  $Y > 0$  sebesar 0,556 keberadaan titik koordinatnya bisa diperhatikan di *koordinat cartesius* dibawah :



Gambar 5. Posisi Matriks SWOT

Hasil tersebut menunjukkan matriks internal dan eksternal didapatkan dari nilai total skor pembobotan terhadap CV. Sinar Ponti adalah untuk internal, bernilai (0,533) yang artinya jumlah tersebut merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Pada faktor eksternal sebesar (0,566) artinya angka tersebut adalah selisih antara peluang dan ancaman bahwa angka ancaman lebih kecil lebih kecil dari peluang.

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa CV. Sinar Ponti terdapat pada kuadran I (*Strategi Agresif*). Kondisi kuadran I tersebut adalah kondisi



menguntungkan. CV Sinar Ponti mempunyai kekuatan juga peluang maka, bisa memanfaatkan peluang yang dimiliki. Dalam mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*), harus menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki itulah strategi yang cocok untuk diterapkan dalam kondisi tersebut.

### Matriks SWOT

<p style="text-align: center;"><b>IFE</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFE</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal sudah dikelola sesuai kebutuhan</li> <li>2. Pelayanan yang baik dan memuaskan</li> <li>3. Bibit menghasilkan buah yang berkualitas</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi produk secara efektif</li> <li>2. Hubungan kerjasama antara pihak lain</li> <li>3. Pengangkutan bibit yang memadai</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bibit memiliki daya tarik terhadap konsumen</li> <li>2. Memiliki pelanggan tetap</li> <li>3. Mendapat dukungan dari birokrasi pemerintah</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI (SO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan pelayanan yang baik dan memuaskan serta memiliki bibit yang berkualitas sehingga mendapatkan daya tarik konsumen (S2,S3-O1)</li> <li>2. Meningkatkan modal usaha untuk mendapatkan dukungan dari birokrasi pemerintahan(S1-O3)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI (WO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan daya tarik bibit dan pelanggan tetap untuk mempromosikan bibit dari konsumen ke konsumen lainnya(O1,O2-W1)</li> <li>2. Meningkatkan dukungan birokrasi pemerintahan untuk membantu hubungan kerjasama dan pengangkutan bibit(O3-W2,W3)</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>THREATS (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan memenuhi hasil produksi</li> <li>2. Banyaknya pesaing dalam pemasaran</li> <li>3. Bibit yang dipasarkan sudah ada penggantinya</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI (ST)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan pelayanan yang baik dan memuaskan agar unggul dalam persaingan pasar (S2-T2)</li> <li>2. Mengoptimalkan bibit yang berkualitas sehingga pelanggan memenuhi produksi (S3-T1)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI (WT)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan pengangkutan bibit agar memenuhi hasil produksi(W3-T1)</li> <li>2. Mengoptimalkan hubungan kerjasama agar memperkecil persaingan serta memasarkan bibit ke daerah lain(W2-T2,T3)</li> </ol>

### 1. Strategi (SO)

Strategi ini dengan memanfaatkan dan meningkatkan peluang sebesar-besarnya.

- a. Memanfaatkan pelayanan yang baik dan memuaskan serta memiliki bibit yang berkualitas sehingga mendapatkan daya tarik konsumen (S2,S3-O1).
- b. Meningkatkan modal usaha untuk mendapatkan dukungan dari birokrasi pemerintahan(S1-O3).

### 2. Strategi (WO)

Strategi ini di terapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- a. Memanfaatkan daya tarik bibit dan pelanggan tetap untuk mempromosikan bibit dari konsumen ke konsumen lainnya(O1,O2-W1).
- b. Meningkatkan dukungan birokrasi pemerintahan untuk membantu hubungan kerjasama dan pengangkutan bibit(O3-W2,W3).

### 3. Strategi (ST)

Strategi ini dalam rangka menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman berasal dari lingkungan eksternal perusahaan.

- a. Meningkatkan pelayanan yang baik dan memuaskan agar unggul

dalam persaingan pasar (S2-T2).

- b. Mengoptimalkan bibit yang berkualitas sehingga pelanggan memenuhi produksi (S3-T1).

#### 4. Strategi (WT)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

- a. Mengoptimalkan pengangkutan bibit agar memenuhi hasil produksi(W3-T1).
- b. Mengoptimalkan hubungan kerjasama agar memperkecil persaingan serta memasarkan bibit ke daerah lain(W2-T2,T3).

Hasil penelitian matriks SWOT yaitu, memanfaatkan pelayanan yang baik dan memuaskan serta memiliki bibit yang berkualitas sehingga mendapatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan modal usaha untuk mendapatkan dukungan dari birokrasi pemerintahan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kelayakan Dan Strategi Pemasaran Bibit Tanaman Salak Madu (*Salacca zalacca*) di CV Sinar Ponti Tiga Juhar Farm Kabupaten Deli Serdang disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil analisis maka didapatkan penerimaan sebesar Rp. 328.671.625,00 dan total biaya sebesar Rp. 266.744.375,00 maka pendapatan yang didapat sebesar Rp. 61.936.625,00 / 19 bulan.
2. Dari hasil analisis maka didapatkan nilai perhitungan *revenue of cost ratio* total penerimaan sebesar Rp. 328.671.625,00 dibagi total biaya sebesar Rp. 266.744.375,00 maka didapat hasil sebesar 1,23 / 19 bulan dan dapat dikatakan bahwa usahatani bibit salak madu CV. Sinar Ponti layak.
3. Dari hasil analisis maka didapatkan nilai matriks SWOT sebesar X (0,566) dan Y (0,533) sehingga strategi yang akan digunakan adalah strategi agresif. Strategi agresif ini lebih focus SO (Strengths-Opportunities), yaitu dengan memanfaatkan pelayanan yang baik dan memuaskan agar pemasaran bibit salak madu lebih luas, serta meningkatkan modal usaha sehingga mendapatkan daya tarik konsumen dalam minat membeli bibit salak madu dan dukungan dari birokrasi pemerintahan sebagai penyedia bibit salak madu yang baik dan bagus.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang penulis sampaikan kepada beberapa pihak yaitu:

1. Kepada pihak manajemen CV. Sinar Ponti dapat memakai laporan penelitian ini untuk menjadi bahan pertimbangan pengeluaran biaya-biaya agar perusahaan untuk kedepannya dapat meningkatkan pendapatannya dengan cara membuang atau mengurangi biaya-biaya yang tidak terlalu mendesak.
2. Kepada perusahaan CV Sinar Ponti dapat memanfaatkan pelayanan yang baik dan juga meningkatkan modal usaha agar mendapatkan daya tarik terhadap konsumen dan juga birokrasi pemerintahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M., 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*. ISSN : 2088-0111 Vol. 1, No 3, Maret 2017. Fakultas Pertanian Universitas Almuslim.
- Astuti, A. M. I. dan Ratnawati. 2020. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 17(2):58-64.
- Bakar, B. A dan F. Erik. 2013. Kajian Karakteristik Petani Karet Dalam Menentukan Pilihan Kelembagaan Tataniaga Di Provinsi Aceh. *Jurnal Agrisep*. 12(2):165 – 176.
- Daniel, M. 2014. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Harahap., J. Sriyoto dan E. Suriati. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Salak Dalam Memilih Saluran Pemasaran. *Jurnal Agrisep*. 17(1): 95-106.
- Jailani, M. A. A dan Achmad, Z. 2018. Strategi Pemasaran Salak Pondoh (*Sallacca Zalacca*) Di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser Kalimantan Timur. *JAKP*. 2(1): 89-97. Kalimantan Timur.
- Khaddafi M., Jubi, Syafrida H., Isnawati, N. A. Yahya dan Kamilah. 2019. *Akuntansi Biaya*. Madanetera: Medan.
- Khotimah, N dan Budi, D. 2021. Studi Kelayakan Bisnis Pendirian Toko Aksesoris Dan Kado “Aisyah Collection”. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 2(1).
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2022. *Produksi Buah-buahan di Indonesia 2015-2019*. Jakarta Pusat.
- Koeswandi, T.A.L dan E. A. Primaskara. 2020. Analisis Saluran Pemasaran Terintegrasi UMKM Badii Farm Purwakarta dalam Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Bandung.
- Nurseto, S. 2018. Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UKM Furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 103.
- Sari, D.J.M dan Nurhadi, S. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Sari Buah Salak (Studi Kasus: Pusat Oleh-oleh Pronojiwo CV Winna Sari, Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang). Malang.

- Setyowati, A dan Nikmatul, K. 2020. Efisiensi Dan Strategi Pemasaran Kripik Salak (Study Kasus: Pusat Oleh-Oleh Pronojiwo Winna Sari, Desa Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang). *Jurnal Ketahanan Pangan*. 4(1):43-53.
- Solihin, D., Noto, S. Rahmad., S. Ahyani dan Darmadi. 2020. Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Warga Di Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(3): 351-355. Universitas Pamulang.
- Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi. Jawa Timur.
- Sudaryono, H. 2016 . *Manajemen Pemasaran*. Teori dan Implementasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Theresia, M. 2017. Analisis Pendapatan Usaha Tani Kedelai Di Kecamatan Bersak Kabupaten Tanjung Jabang Timur. Universitas Jambi, (Skripsi) Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Zuliatin, I dan Mazidatul, F. 2021. Identifikasi Karakteristik Morfologi Dan Hubungan Kekerabatan Salak Pondoh, Salak Madu, Salak Gula Pasir Di Desa Sumber Kecamatan Wonosalam Jombang. *Jurnal Agrifor* 22(2). 247-248.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### **ANALISIS KELAYAKAN DAN STRATEGI PEMASARAN BIBIT TANAMAN SALAK MADU (*Salaccazalacca*) di CV Sinar Ponti TigaJuhar Farm Kabupaten Deli Serdang**

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di

Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Selamat siang,

Dengan hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Amdani

NPM : 1804300026

Prodi : Agribisnis

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudra/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerja sama dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Amdani



## **Kuesioner Penelitian**

### **I. Karakteristik Responden**

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

Usia :

Pendidikan terakhir :

Jumlah tanggungan :

Nomor telepon :

### **II. Penentuan Bobot**

**Tujuan:** Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal pemasaran yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan dari Strategi Pemasaran Bibit Salak Madu (*Salacca zalacca*) di CV. Sinar Ponti.

#### **Petunjuk Umum:**

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden
3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidakkonsistenan atas jawaban.
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuesioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

#### **Petunjuk Khusus :**

1. Bobot mengindikasikan tingkat kepentingan relatif dari setiap faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam bisnis.

2. Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia:

1 = tidak setuju

2 = kurang setuju

3 = setuju

4 = sangat setuju

<b>FAKTOR-FAKTOR INTERNAL</b>					
<b>NO</b>	<b>KEKUATAN (STRENGHT)</b>	<b>BOBOT</b>			
		1	2	3	4
1	Modal sudah dikelola sesuai kebutuhan				
2	Pelayanan yang baik dan memuaskan				
3	Bibit menghasilkan buah yang berkualitas				
<b>NO</b>	<b>KELEMAHAN (WEAKNESS)</b>	<b>BOBOT</b>			
		1	2	3	4
1	Promosi produk secara efektif				
2	Hubungan kerjasama antara pihak lain				
3	Pengangkutan bibit yang memadai				

<b>FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL</b>		
<b>NO</b>	<b>PELUANG (OPPORTUNITY)</b>	<b>BOBOT</b>

		1	2	3	4
1	Bibit memiliki daya tarik terhadap konsumen				
2	Memiliki pelanggan tetap dalam penjualan bibit				
3	Mendapat dukungan dari birokrasi pembangunan				
NO	ANCAMAN (THREAT)	BOBOT			
		1	2	3	4
1	Pelanggan memenuhi hasil produksi bibit				
2	Banyaknya pesaing dalam pemasaran bibit				
3	Bibit yang dipasarkan sudah ada penggantinya				

### III. Penentuan Peringkat

**Tujuan:** Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal pemasaran yaitu dengan cara pemberian peringkat terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan dari Strategi Pemasaran Bibit Salak Madu (*Salacca zalacca*) di CV. Sinar Ponti.

#### Petunjuk Umum:

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden

3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidakkonsistenan atas jawaban.
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuesioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

**Petunjuk Khusus :**

1. Alternatif pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategi internal yang tersedia:

Kekuatan:

1 = sangat baik

2 = baik

3= kurang baik

4 = tidak baik

Kelemahan:

4 = sangat baik

3 = baik

2 = kurang baik

1 =tidak baik

2. Alternatif pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategi eksternal yang tersedia:

1 = sangat baik

2 = baik

3= kurang baik

4 = tidak baik

4 = sangat baik

3 = baik

2 = kurang baik

1 =tidak baik

<b>FAKTOR-FAKTOR INTERNAL</b>					
<b>NO</b>	<b>KEKUATAN (STRENGHT)</b>	<b>RATING</b>			
		1	2	3	4

1	Modal sudah dikelola sesuai kebutuhan				
2	Pelayanan yang baik dan memuaskan				
3	Bibit menghasilkan buah yang berkualitas				
NO	KELEMAHAN (WEAKNESS)	RATING			
		1	2	3	4
1	Promosi produk secara efektif				
2	Hubungan kerjasama antara pihak lain				
3	Pengangkutan bibit yang memadai				

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL					
NO	PELUANG (OPPORTUNITY)	RATING			
		1	2	3	4
1	Bibit memiliki daya tarik terhadap konsumen				
2	Memiliki pelanggan tetap dalam penjualan bibit				
3	Mendapat dukungan dari birokrasi pembangunan				
NO	ANCAMAN (THREAT)	RATING			
		1	2	3	4
1	Pelanggan memenuhi hasil produksi				

	bibit				
2	Banyaknya pesaing dalam pemasaran bibit				
3	Bibit yang dipasarkan sudah ada penggantinya				

Responden

(            )

## **Kuesioner Penelitian**

### **I. Karakteristik Responden**

- Nama :
- Jenis kelamin :
- Alamat :
- Usia :
- Pendidikan terakhir :
- Jumlah tanggungan :
- Nomor telepon :

### **II. Sarana Produksi Pertanian**

Beri tanda (X) pada lembar A,B, dan C. Isi kolom D,E, dan F sesuai dengan data yang sebenarnya.

#### **A. Modal**

1. Sumber kepemilikan modal
  - a. Pribadi
  - b. Pinjaman

#### **B. Lahan**

1. Status kepemilikan lahan
  - a. Pribadi
  - b. Bagi hasil
  - c. Sewa
2. Luas lahan
  - a. <100 Ha
  - b. >100 Ha

#### **C. Bibit**

1. Jumlah bibit
  - a. <1.000 bibit

- b. >1.000 bibit
- 2. Asal pemerolehan bibit
  - a. Beli
  - b. Hasil periode lalu

#### D. Pupuk

No	Jenis Pupuk	Jumlah (Kg)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Total				

#### E. Pestisida

No	Jenis Pestisida	Volume (Liter)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Total				

#### F. Peralatan Produksi

Jenis Peralatan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)



### III. Tenaga Kerja dan Biaya

Jenis Kegiatan	Tenaga Kerja		Hari kerja	Total Pengeluara n
	Jumlah orang	Upah/hari		
Pengolahan lahan				
Penanaman				
Pemeliharaan				
Pemasaran				
Jumlah				

Responden

(            )

## Lampiran 2. Karakteristik Sampel

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Responden
1	Dedi Juliardi	Laki-Laki	52	SMA	Direktur
2	Suroso	Laki-Laki	52	SMP	Karyawan
3	Anto	Laki-Laki	31	SMP	Karyawan
4	Irawan	Laki-Laki	32	SD	Karyawan
5	Butet	Perempuan	34	SD	Karyawan
6	Cristine	Perempuan	36	SMA	Karyawan
7	Ani	Perempuan	53	SMA	Karyawan
8	Sapta	Laki-Laki	31	SD	Konsumen
9	Surya	Laki-Laki	54	SMP	Konsumen
10	Ridwan	Laki-Laki	31	SMA	Konsumen
11	Alif	Laki-Laki	29	SMA	Konsumen
12	Deden	Laki-Laki	54	SMP	Pesaing
13	Arifin	Laki-Laki	30	SD	Pesaing
14	Rahmat	Laki-Laki	33	SD	Karyawan
15	Panogo	Laki-Laki	56	SMA	Pesaing

*Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.*

**Lampiran 3. Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
1	Laki-laki	12	80
2	Perempuan	3	20
Jumlah		15	100

*Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.*

**Lampiran 4. Usia**

No	Usia (tahun)	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
1	20-30	2	13,34
2	31-40	8	53,36
3	41-50	0	0
4	51-60	5	33,35
Jumlah		15	100

*Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.*

**Lampiran 5. Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
1	SD	5	33,35
2	SMP	3	20
3	SMA	7	46,69
	Jumlah	15	100

*Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.*

**Lampiran 6. Biaya Alat Agustus 2021-Februari 2023**

Jenis Alat	Tahun Pembelian Alat	Umur Ekonomis	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total	Penyusutan /Tahun	Nilai Terpakai (19 Bulan)
Dodos	agu-20	4 tahun	Rp. 120.000	5 unit	Rp. 600.000	Rp. 150.000	Rp. 237.500
Sarung Tangan	dec-20	2 tahun	Rp. 130.000	3 unit	Rp. 390.000	Rp. 195.000	Rp. 308.750
Infus Bekas	nov-20	2 tahun	Rp. 10.000	3 kg	Rp. 30.000	Rp. 15.000	Rp. 23.750
Polybag	nov-20	2 tahun	Rp. 25.000	3 kg	Rp. 75.000	Rp. 37.500	Rp. 59.375
<b>Jumlah</b>					<b>Rp. 109.5000</b>	<b>Rp. 397.500</b>	<b>Rp. 629375</b>

*Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.*

**Lampiran 7. Pajak Bumi dan Bangunan Agustus 2021-Februari 2023**

No	Jenis Pajak	Jangka Waktu Pembayaran	Biaya Pajak/Tahun (Rp)
1	Pajak Bumi dan Bangunan 5 ha tahun 2021	1 tahun	700.000,00

*Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.*

**Lampiran 8. Biaya Pupuk NPK Agustus 2021-Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penggunaan (Kg)	Harga/Kg	Total Biaya
1	2021	Agustus	2	Rp28.000	Rp56.000
2	2021	Oktober	1	Rp27.000	Rp27.000
3	2021	Desember	2	Rp27.000	Rp54.000
4	2022	Februari	2	Rp28.000	Rp56.000
5	2022	April	2	Rp25.000	Rp50.000
6	2022	Juni	1	Rp25.000	Rp25.000
7	2022	Agustus	1	Rp25.000	Rp25.000
8	2022	Oktober	2	Rp27.000	Rp54.000
9	2022	Desember	1	Rp24.000	Rp24.000
10	2023	Februari	1	Rp22.000	Rp22.000
jumlah			15		Rp393.000

*Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.*

**Lampiran 9. Biaya Pupuk Urea Bulan Agustus 2021-Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penggunaan (Kg)	Harga/Kg	Total Biaya
1	2021	Agustus	1	Rp23.000	Rp23.000
2	2021	Oktober	2	Rp23.000	Rp46.000
3	2021	Desember	1	Rp25.000	Rp25.000
4	2022	Februari	1	Rp24.000	Rp24.000
5	2022	April	1	Rp23.000	Rp23.000
6	2022	Juni	2	Rp22.000	Rp44.000
7	2022	Agustus	1	Rp22.000	Rp22.000
8	2022	Oktober	2	Rp23.000	Rp46.000
9	2022	Desember	1	Rp22.000	Rp22.000
10	2023	Februari	1	Rp22.000	Rp22.000
Jumlah			13		Rp297.000

*Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.*



**Lampiran 10. Biaya Fungisida *Antracol 70 WP* Bulan Agustus 2021-Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penggunaan (Botol)	Harga/Boto	Total Biaya
1	2021	Agustus	1	Rp13.000	Rp13.000
2	2021	November	1	Rp13.000	Rp13.000
3	2022	Februari	1	Rp13.000	Rp13.000
4	2022	Mei	1	Rp14.000	Rp14.000
5	2022	Agustus	1	Rp15.000	Rp15.000
6	2022	November	1	Rp15.000	Rp15.000
7	2023	Februari	1	Rp14.000	Rp14.000
Jumlah			7		Rp97.000

*Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.*

**Lampiran 11. Total Upah Karyawan Bulan Agustus 2021-Februari 2023**

No	Bulan	Tahun		
		2021	2022	2023
1	Januari	X	Rp12.858.000	Rp14.100.000
2	Februari	X	Rp14.838.000	Rp13.875.000
3	Maret	X	Rp12.660.000	X
4	April	X	Rp13.650.000	X
5	Mei	X	Rp14.100.000	X
6	Juni	X	Rp14.820.000	X
7	Juli	X	Rp14.100.000	X
8	Agustus	Rp14.124.000	Rp13.848.000	X
9	September	Rp14.124.000	Rp13.755.000	X
10	Oktober	Rp13.548.000	Rp14.100.000	X
11	Nopember	Rp14.358.000	Rp14.100.000	X
12	Desember	Rp14.070.000	Rp13.600.000	X
	<b>Total</b>	<b>Rp70.224.000</b>	<b>Rp166.429.000</b>	<b>Rp27.975.000</b>

*Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.*

**Lampiran 12. Upah Karyawan Bulan Agustus 2021-Februari 2023**

No	Bulan	Tahun 2021					
		Irawan	Anto	Alif	Butet	Cristine	Ani
1	Agustus	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000
2	September	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000	Rp2.354.000
3	Oktober	Rp2.258.000	Rp2.258.000	Rp2.258.000	Rp2.258.000	Rp2.258.000	Rp2.258.000
4	November	Rp2.393.000	Rp2.393.000	Rp2.393.000	Rp2.393.000	Rp2.393.000	Rp2.393.000
5	Desember	Rp2.345.000	Rp2.345.000	Rp2.345.000	Rp2.345.000	Rp2.345.000	Rp2.345.000

*\*Gaji Pokok (Rp. 2.150.000,00) dan Bonus.*

No	Bulan	Tahun 2022					
		Irawan	Anto	Rahmat	Butet	Cristine	Ani
1	Januari	Rp2.143.000	Rp2.143.000	Rp2.143.000	Rp2.143.000	Rp2.143.000	Rp2.143.000
2	Februari	Rp2.473.000	Rp2.473.000	Rp2.473.000	Rp2.473.000	Rp2.473.000	Rp2.473.000
3	Maret	Rp2.110.000	Rp2.110.000	Rp2.110.000	Rp2.110.000	Rp2.110.000	Rp2.110.000
4	April	Rp2.050.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.200.000
5	Mei	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000
6	Juni	Rp2.470.000	Rp2.470.000	Rp2.470.000	Rp2.470.000	Rp2.470.000	Rp2.470.000
7	Juli	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000
8	Agustus	Rp2.308.000	Rp2.308.000	Rp2.308.000	Rp2.308.000	Rp2.308.000	Rp2.308.000
9	September	Rp2.350.000	Rp2.145.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.210.000
10	Oktober	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000
11	Nopember	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000
12	Desember	Rp2.350.000	Rp2.250.000	Rp2.200.000	Rp2.350.000	Rp2.100.000	Rp2.350.000

*\*Gaji Pokok (Rp. 2.150.000,00) dan Bonus.*

No	Bulan	Tahun 2023					
		Irawan	Anto	Rahmat	Butet	Cristine	Ani
1	Januari	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000
2	Februari	Rp2.350.000	Rp2.225.000	Rp2.250.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000	Rp2.350.000

*\*Gaji Pokok (Rp. 2.150.000,00) dan Bonus.*

**Lampiran 13. Data Produksi Bibit Salak Madu Bulan Agustus 2021- Februari 2023**

No	Tahun	Bulan	Total Produksi (Btg)	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	2021	Agustus	435	Rp37.000	Rp16.095.000
2	2021	September	567	Rp37.000	Rp20.979.000
3	2021	Oktober	543	Rp37.000	Rp20.091.000
4	2021	Nopember	443	Rp37.000	Rp16.391.000
5	2021	Desember	543	Rp37.000	Rp20.091.000
6	2022	Januari	445	Rp37.000	Rp16.465.000
7	2022	Februari	582	Rp37.000	Rp21.534.000
8	2022	Maret	455	Rp37.000	Rp16.835.000
9	2022	April	345	Rp37.000	Rp12.765.000
10	2022	Mei	373	Rp37.000	Rp13.801.000
11	2022	Juni	543	Rp37.000	Rp20.091.000
12	2022	Juli	321	Rp37.000	Rp11.877.000
13	2022	Agustus	334	Rp37.000	Rp12.358.000
14	2022	September	435	Rp37.000	Rp16.095.000
15	2022	Oktober	432	Rp37.000	Rp15.984.000
16	2022	Nopember	538	Rp37.000	Rp19.906.000
17	2022	Desember	454	Rp37.000	Rp16.798.000
18	2023	Januari	496	Rp37.000	Rp18.352.000
19	2023	Februari	599	Rp37.000	Rp22.163.000
Jumlah			8.883		Rp328.671.000

Sumber : Data CV. Sinar Ponti, 2023.

**Lampiran 14. Bobot Internal**

	Indikator	Sampel															Bobot		Nilai
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah	Rata-Rata	
S1	Struktur Permodalan	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	51	3,40	0,22
S2	Pelayanan	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	40	2,67	0,17
S3	Kualitas Bibit Buah	1	1	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	38	2,53	0,16
W1	Promosi Produk	2	2	2	4	3	3	2	1	1	2	1	3	3	4	2	35	2,33	0,15
W2	Hubungan Kerjasama	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	4	4	34	2,27	0,14
W3	Sarana Angkutan	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	2	1	1	2	1	37	2,47	0,16
Total																	235		1

Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.

**Lampiran 15. Bobot Eksternal**

Indikator	Sampel															Bobot		Nilai
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah	Rata-Rata	
O1	Segmen Pasar															53	3,53	0,22
O2	Pemilihan Pelanggan															41	2,73	0,17
O3	Birokrasi Pemerintahan															38	2,53	0,16
T1	Jumlah Pelanggan															33	2,20	0,14
T2	Jumlah Pesaing															31	2,07	0,13
T3	Substitusi Produk															44	2,93	0,18
Total																240		1,02

Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.

**Lampiran 16. Rating Internal**

Indikator	Sampel															Rating		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah	Rata-Rata	
S1	Struktur Permodalan	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	51	3,40
S2	Pelayanan	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	40	2,67
S3	Kualitas Bibit Buah	1	1	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	38	2,53
W1	Promosi Produk	2	2	2	4	3	3	2	1	1	2	1	3	3	4	2	35	2,33
W2	Hubungan Kerjasama	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	4	4	34	2,27
W3	Sarana Angkutan	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	2	1	1	2	1	37	2,47
Total																235		

Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.



### Lampiran 17. Rating Eksternal

Indikator	Sampel															Rating	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah	Rata-Rata
O1	Segmen Pasar															53	3,53
O2	Pemilihan Pelanggan															41	2,73
O3	Birokrasi Pemerintahan															38	2,53
T1	Jumlah Pelanggan															33	2,20
T2	Jumlah Pesaing															31	2,07
T3	Substitusi Produk															44	2,93
Total																240	

Sumber : Data Primer setelah diolah 2023.

**Lampiran 18. Dokumentasi Penelitian**





