

**STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS CENGKEH  
DI DESA PALANGKA KECAMATAN SINJAI  
SELATAN KABUPATEN SINJAI**

**APRILIANTI WADISTA  
105961102619**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2023**

**HALAMAN JUDUL**

**STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS CENGKEH  
DI DESA PALANGKA KECAMATAN SINJAI  
SELATAN KABUPATEN SINJAI**

**APRILIANTI WADISTA  
105961102619**

**SKRIPSI**  
**Untuk Memenuhi Sebagian persyaratan Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Pertanian Agribisnis Strata Satu (S-1)**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh Di Desa  
Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

Nama : Aprilianti Wadista

NIM : 105961102619

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Prof. Dr. Ir. Ratnawati Tahir, M.Si  
NIDN. 0012046603

  
Isnaini Junais, S.TP., M.Si  
NIDN.0926088401

Diketahui

Dean Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis

  
Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU  
NIDN. 0926036803

  
Nadir, S.P., M.Si  
NIDN.0909068903

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh Di Desa  
Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabuparen Sinjai.  
Nama : Aprilianti Wadista  
NIM : 105961102619  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Prof. Dr. Ir. Ratnawati Tahir, M.Si  
Ketua Sidang
2. Isnaini Junais, S.TP., M.Si  
Sekretaris
3. Prof. Dr. Ir. Safiuddin, M.Si  
Anggota
4. Sitti Arwati, S.P., M.Si  
Anggota



Tanggal Lulus : 31 Juli 2023

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah di setukan dalam teks dan di cantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.



Makassar, 27 Maret 2023

Aprilianti Wadista

## KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat hidayat dan inayah-Nya kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh Di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai”.

Adapun skripsi ini dibuat dengan tujuan dan pemanfaatannya ini telah penulis usahakan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga dapat mempelancar skripsi ini. Namun tidak lepas semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa ada kekurangan baik segi penyusunan, bahasa maupun segi lainnya. Oleh karena itu, dengan lapang dada dan tangan terbuka, penulis membuka selebar-selebarnya bagi pembaca yang ingin memberi saran dan kritik kepada penulisan sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi ini.

Akhirnya penyusun mengharapkan semoga dari penulisan skripsi ini dapat diambil hikmah dan manfaatnya sehingga dapat memberikan inspirasi terhadap pembacanya.

1. Prof. Dr. Ir. Ratnawati Tahir, M.Si Selaku Pembimbing I dan Isnam Junais, S,TP.,M.Si selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd. Selaku dekan fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Nadir S.P., M.Si Selaku ketua program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kedua orangtua ayahanda Nasir dan ibunda Nirwati dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun materil sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Orang terkasih rifal yang selalu memberikan effort dan supportnya dari awal penyusunan skripsi hingga akhir penulisan skripsi.
6. Sahabat saya Andi nurwahyuni dan Deviana yang selalu memberikan support dari awal penyusunan hingga akhir penulisan skripsi.
7. Seluruh dosen program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmuh kepada penulis.
8. Seluruh staf dan pegawai program studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membantu penulis dalam proses administrasi selama menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan bayak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi dan rahmat oleh Allah SWT, Waasalamu Alaikum Warahmatullahi wabarokatu.

Makassar, 27 Maret 2023

Aprilianti Wadista

## ABSTRAK

**Aprilianti Wadista 105961102619.** Strategi pemasaran komoditas cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai di bimbing oleh **Ratnawati Tahir** dan **Isnain Junais**.

Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pemasaran komoditas cengkeh. Penelitian di laksanakan di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai Maret-April 2023. Informan dalam penelitian 10 orang petani cengkeh, 2 orang pedagang pengepul dan 2 orang pedagang besar. Metode analisis dilakukan dengan cara SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran komoditas cengkeh dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas, meningkatkan volume produksi, mengakses informasi pasar, lembaga pendukung dan kebijakan pemerintah.

**Kata Kunci :** Cengkeh, Pemasaran, SWOT.



## **ABSTRAK**

**Aprilianti Wadista 105961102619.** *The marketing strategy for clove commodities in Palangka Village, South Sinjai District, Sinjai Regency was supervised by Ratnawati Tahir and Isnain Junais.*

*This study aims to examine the marketing strategy of clove commodities. The research was carried out in Palangka Village, South Sinjai District, Sinjai Regency, March-April 2023. Informants in the study were 10 clove farmers, 2 wholesalers and 2 wholesalers. The method of analysis is done by means of SWOT.*

*The results showed that the marketing strategy for clove commodity was carried out by improving quality, increasing production volume, accessing market information, supporting institutions and government policies.*

**Keyword :** *Clove, Marketing, SWOT.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN KOMISI PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Strategi .....	5
2.2 Pemasaran .....	6
2.3 Strategi pemasaran .....	8
2.4 Komoditas Cengkeh .....	9
2.5 Analisis SWOT .....	11
2.6 Penelitian Terdahulu Relevan.....	14
2.7 Kerangka Pikir Penelitian .....	21
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Teknik Penentuan Informan .....	23
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5 Teknik Analisis Data .....	25
3.6 Definisi Operasional .....	29
<b>IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
4.1 Letak Geografis Kecamatan Sinjai Selatan .....	31
4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31

4.3 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian .....	33
4.4 Kondisi Pertanian .....	34
<b>V.HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
5.1 Identitas Faktor Internal-Eksternal .....	35
5.2 IFAS & EFAS .....	45
5.3 MATRIKS INTERNAL EKSTERNAL.....	47
5.4 Analisis SWOT .....	48
<b>VI.KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
6.1 Kesimpulan .....	56
6.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian.....21



## DAFTAR TABEL

<b>tabel 1.</b> Luas Areal,Produksi, Dan Produktivitas Cengkeh Di Kabupaten Sinjai.....	2
<b>tabel 2.</b> Kajian Penelitian Terdahulu .....	14
<b>tabel 3.</b> Matriks Analisis SWOT.....	26
<b>tabel 4.</b> Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Desa Palangka .....	31
<b>tabel 5.</b> Mata Pencaharian Penduduk.....	32
<b>tabel 6.</b> Potensi Hasil Pertanian .....	33
<b>tabel 7.</b> Identitas Informan Petani.....	34
<b>tabel 8.</b> Identitas Informan Pedagang .....	35
<b>tabel 9.</b> Produksi Cengkeh Kabupaten Sinjai .....	38
<b>tabel 10.</b> Luas Areal dan Produksi Cengkeh Kecamatan Sinjai Selatan.....	38
<b>tabel 11.</b> Sarana Dan Prasarana Trasportasi .....	43
<b>tabel 12.</b> Produksi Cengkeh Dari Desa Lain Di Kecamtan Sinjai Selatan .....	44
<b>tabel 13.</b> Harga Cengkeh .....	45
<b>tabel 14.</b> IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	46
<b>tabel 15.</b> EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) .....	47
<b>tabel 16.</b> Matriks Internal Eksternal (IE) .....	48
<b>tabel 17.</b> Matriks Analisis SWOT.....	49

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi ekonomi cukup besar dalam berbagai sektor. Salah satu sektor yang menunjang pembangunan di Indonesia adalah sektor pertanian Menurut Saragih (2001). Pertanian merupakan sektor utama dalam pembangunan dibidang ekonomi, hal ini disebabkan karena sebagian besar masyarakat indonesia masih menggantungkan kehidupannya pada sektor pertanian terutama dalam penanaman cengkeh.

Cengkeh merupakan salah satu tanaman rempah-rempah yang sudah lama diusahakan oleh petani Indonesia. Peranan cengkeh cukup besar sebagai salah satu pendukung pertumbuhan industri rokok yang semakin meningkat (Juangsana, 2013). Cengkeh memiliki nilai ekonomi yang sangat penting dan strategis karena komoditas ini merupakan bahan campuran rokok kretek yang banyak menghasilkan pendapatan negara melalui cukainya. Selain itu, cengkeh juga dapat digunakan dalam bidang pengobatan dan bahan pembuatan minyak atsiri (Arisena, 2009). Produk utama tanaman cengkeh adalah bunganya dan hasil sampingnya adalah gagang cengkeh berkisar antara 25-35% dari produksi bunga cengkeh dan daun cengkeh yang telah gugur.

Kecamatan sinjai selatan di Desa Palangka merupakan salah satu daerah yang mengembangkan usahatani cengkeh. Tanaman cengkeh yang ditanam oleh petani sebagian besar telah menghasilkan atau berproduksi dan sebagian kecil lainnya masih dalam proses pertumbuhan. Tanaman cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai pertahunnya selalu berproduksi. Tetapi potensi

tanaman cengkeh harus di imbangi dengan sistem pemasaran yang baik, pemasaran memegang peranan dalam menghasilkan pendapatan yang maksimal, naik turunnya harga cengkeh dari tahun ketahun dapat mempengaruhi pendapatan petani (BPS.2022).

Sinjai merupakan daerah yang berada pada wilayah pegunungan dengan sumber penghasil utama masyarakat yang berasal dari komoditas cengkeh. Kebutuhan pasar serta nilai ekonomis yang tinggi menjadi komoditas cengkeh sebagai sumber penghasilan utama masyarakat Sinjai. Dengan tanaman cengkeh idealnya masyarakat memiliki tingkat perekonomian yang cukup, serta mampu berada pada taraf kehidupan yang lebih baik, khususnya memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu Kabupaten yang menyumbangkan produksi cengkeh yaitu Kabupaten Sinjai, yang memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menghasilkan cengkeh di Sulawesi Selatan Kabupaten Sinjai memiliki luas tanam komoditas cengkeh sebesar 1.251 ha yang terbilang cukup luas sebagai lahan usaha tani yang merupakan salah satu aset penentu peningkatan produksi.

**Tabel 1.** Luas Areal, Produksi, Dan Produktivitas Cengkeh Di Kabupaten Sinjai

Tahun	Cengkeh		
	Luas areal/panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (kg/Ha)
2018	5.471	1.053	292
2019	5.483	1.695	470
2020	5.566	1.703	474
2021	5.187	1.703	474
2022	5.187	2.035	567

Sumber. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan 2022

Berdasarkan data publikasi pusat statistik yang disajikan dalam bentuk tabel 1. Terlihat bahwa produksi cengkeh di Kabupaten Sinjai cenderung meningkat,

meskipun luas areal menurun dari 5.471 di tahun 2018 menjadi 5.187 di tahun 2022, yang menghasilkan produksi meningkat dari 1053 ton di tahun 2018 menjadi 2.035 ton di tahun 2022, yang mengakibatkan hasil produktivitas meningkat dari 292 kg menjadi 567 kg di tahun 2022.

Pemasaran dapat dikatakan sebagai suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya (Abdurrahman, 1990).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam proses pemasaran cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

Kurangnya pengetahuan petani tentang pemasaran hasil pertanian cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai menjadi kendala yang bisa mempengaruhi harga jual dan pendapatan petani, oleh karena itu dalam penelitian ini akan dikaji mengenai strategi pemasaran bagi petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran pada komoditas cengkeh”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk “Mengkaji strategi pemasaran komoditas cengkeh”

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini antara lain :

- 1.1.1 Menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran komoditas cengkeh.
- 1.1.2 Diharapkan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pembaca.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Strategi

David (2010) strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, difersifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan joint venture.

Tjiptono (2011) strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah rencana dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Anthony, Parrewe, dan Kacmar (2013) menjelaskan bahwa strategi adalah sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk didalamnya adalah rencana aksi untuk mencapai tujuan dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan dari luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.

Tjiptono (2011) menjelaskan strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu dari perspektif apa yang satu organisasi ingin lakukan dan dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan. Dari pengertian yang telah dijabarkan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan proses perencanaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau seseorang maupun pemimpin dengan beberapa pertimbangan berupa faktor-faktor internal dan eksternal pada perusahaan untuk mencapai tujuan yang di inginkan sehingga mampu unggul dari pesaing-pesaingnya.

Strategi dapat berfungsi sebagai sarana evaluasi, dengan kata lain strategi merupakan salah satu sarana yang bisa digunakan untuk melakukan introspeksi diri

guna untuk menuntut diri mencapai tujuan dan hasil yang lebih baik serta meminimalisir kemungkinan terjadinya kekurangan ataupun kegagalan.

Tujuan dari strategi sangat baik untuk dijaga oleh semua pihak. Strategi bisa digunakan oleh pihak individu, pihak kelompok, pihak organisasi, ataupun pihak-pihak lain yang memang perlu untuk menggunakannya. Dengan adanya strategi, kepentingan atau tujuan awal akan tetap terjaga karena isi dari strategi tersebut adalah merupakan tata cara atau langkah-langkah untuk mencapai target sasarannya.

## **2.2 Pemasaran**

Stanton W.J. (1993) menjelaskan arti pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang dutunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli.

Pemasaran mempunyai peranan penting dalam setiap usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar karena kegiatan pemasaran akan memberikan nilai tambah pada setiap barang yang dihasilkan. Pada umumnya motivasi petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai dalam kegiatan pemasaran cengkeh adalah dijual untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan hidup lainnya. Akan tetapi hasil penjualan cengkeh oleh petani produsen seringkali tidak memuaskan karena petani hanya sebagai penerima harga yang telah ditetapkan oleh pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat (Wanuh, 2018).

Fungsi pemasaran merupakan suatu kegiatan ataupun tindakan yang dapat memperlancar dalam proses penyampaian barang atau jasa dari tingkat produsen ke tingkat konsumen (Limbong, 1987).

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah aktivitas yang diatur dalam sebuah lembaga dan terjadinya proses menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan dan menukar penawaran yang memberikan nilai untuk pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat pada umumnya.

Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Jadi, *marketing* (pemasaran) didefinisikan sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. (Kotler dan Armstrong 2008).

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Pemasaran adalah mencakup periklanan dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain. Beberapa aktivitas pemasaran seringkali dilakukan oleh perusahaan lain. Tujuan dari pemasaran ini adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.

### 2.3 Strategi pemasaran

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang di rencanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut (tull, kahle dan tjiptono 2012).

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi (tjiptono 2012).

Strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix, produk, distribusi, dan harga (kurtz 2008).

Dikutip dari modul Kemdikbud Prakarya dan Kewirausahaan Kelas X yang disusun oleh Rosmala Sari Dewi Siregar, ada empat tujuan strategi pemasaran. Adapun tujuan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas koordinasi setiap antar tim pemasaran
2. Sebagai alat ukur dari hasil pemasaran
3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran

Untuk meningkatkan kemampuan, dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran. Beberapa fungsi strategi pemasaran yaitu:

1. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan dalam segi pemasaran

2. Membuat koordinasi pemasaran yang lebih efektif.
3. Merumuskan tujuan perusahaan
4. Pengawasan dalam setiap kegiatan pemasaran

#### **2.4 Komoditas Cengkeh**

Cengkeh adalah sejenis bunga kering dari tanaman *Syzygium aromaticum*. Cengkeh memiliki nama lain yakni cloves. Cengkeh memang berupa bunga dari pohon myrtaceae. Cengkeh dikenal dengan berbagai macam istilah di beberapa daerah seperti bunga rawan (Sulawesi), bungeu lawang (Sumatra) dan cengkeh (Jawa). Istilah lain dari cengkeh diantaranya sinke, cangke, cengke, gomode, sake, singke, sangke dan hungo lawa (Nuraini, 2014).

Tanaman cengkeh sudah sejak lama digunakan dalam industri rokok kretek, makanan, minuman, dan obat-obatan. Bagian tanaman yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan diatas adalah bunga, tangkai bunga, dan daun cengkeh (Nurdjannah, 2004).

Bunga cengkeh yang sudah kering dapat digunakan sebagai obat kolera dan menambah denyut jantung. Minyak cengkeh sering digunakan sebagai pengharum mulut, mengobati bisul, sakit gigi, memperkuat lendir usus dan lambung serta menambah jumlah sel darah putih (Waluyo, 2004). Tanaman cengkeh juga dapat dijadikan sebagai obat tradisional karena memiliki khasiat mengatasi sakit gigi, sinusitis, mual dan muntah, kembung, masuk angin, sakit kepala, radang lambung, batuk, terlambat

haid, rematik, campak, sebagai anti nyamuk, dan lain-lain (Riyanto2012).

Cengkeh merupakan tanaman herbal yang mempunyai banyak manfaat, dengan aroma khasnya yang harum dan sedikit pedas, cengkeh dapat digunakan untuk membuat lemari dan laci-laci menjadi harum. Kandungan kimia pada minyaknya yang sangat bermanfaat membuatnya banyak digunakan sebagai bumbu masakan dan obat berbagai masalah kesehatan sejak ribuan tahun yang lalu.

United States Department of Agriculture (USDA) melaporkan bahwa dalam 100 gram cengkeh terkandung beberapa mineral seperti kalsium sebesar 44 mg, 0,231 mg tembaga, 1,28 mg zat besi, 60 mg magnesium, 0,256 mg mangan, dan 90 mg fosfor.

Eugenol merupakan senyawa yang berperan dalam memberikan aroma khas menyegarkan dan pedas pada cengkeh, dan mempunyai efek analgesik, antiinflamasi, antimikroba, antiviral, antifungal, antiseptik, sehingga senyawa ini banyak dimanfaatkan dalam industri farmasi. Senyawa eugenol merupakan komponen utama yang terkandung dalam minyak cengkeh, dengan kandungan dapat mencapai 72-90%, kandungan lain pada minyak cengkeh antara lain :

1. Asetil eugenol yang berfungsi sebagai antioksidan dan aktivitas antiplatelet; beta-kariofilen, asam katekolik, dan vanillin yang berfungsi sebagai agen antiinflamasi, antioksidan, dan antitumor.
2. Tannin seperti asam galatannat dan metil salisilat yang dapat meningkatkan ketahanan terhadap asam pada enamel gigi.

3. Flavonoid seperti eugenin, kaempferol, rhamnetin, dan eugenitin yang berfungsi sebagai agen antiinflamasi, antifungal, dan antioksidan.
4. Triterpenoid seperti asam oleanolik yang berfungsi sebagai antimikroba dan antikanker.

Pemasaran cengkeh melibatkan beberapa lembaga pemasaran dan ditemukan beberapa pola pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, dan pedagang pengumpul kota. Dalam proses pemasaran cengkeh petani tidak memiliki tujuan pemasaran yang tetap, petani cenderung mencari pasar yang menguntungkan berdasarkan harga.

## **2.5 Analisis SWOT**

Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey yang mempergunakan teknik ini pada tahun 1960-an ketika ia menginisiasi sebuah proyek penelitian yang dikerjakan di Stanford Research Institute. Sejak saat itu, perlahan analisis SWOT mulai dikenal luas oleh kalangan luas dan perlahan digunakan oleh para pebisnis pada masa itu untuk memanfaatkan metode analisis ini demi menumbuhkan sekaligus mengembangkan perusahaan mereka masing-masing.

Analisa SWOT sangat bermanfaat untuk merencanakan sesuatu dalam sebuah proyek atau bisnis. Secara sederhana dapat kita artikan bahwa analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan mempertimbangkan sekaligus mengevaluasi 4 komponen utama, yaitu:

#### 4. *Strengths*

Komponen dalam analisa SWOT yang pertama adalah *strengths* atau bisa kita artikan sebagai kekuatan. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

#### 5. *Weaknesses*

Komponen dalam analisa SWOT yang kedua adalah *weakness* atau bisa kitaartikan sebagai kelemahan. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kelemahan dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

#### 6. *Opprtunities*

Komponen dalam analisis SWOT ysng ketiga adalah *Opportunities* atau bisa kita artikan sebagai peluang. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi peluang dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan..

#### 7. *Threats*

Komponen dalam analisis SWOT yang keempat adalah *Threats* atau bisa kita artikan sebagai ancaman. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yangmenjadi ancaman dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

Menurut Irham (2013), untuk menganalisis secara lebih tentang SWOT, maka dapat dilihat dengan faktor eksternal dan faktor internal :

- a. Faktor luar perusahaan (Eksternal) Faktor luar perusahaan akan

mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman dimana faktor ini menyangkut dengan suatu kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang dapat mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor luar ini meliputi lingkungan bisnis makro, lingkungan industri, hukum, politik, ekonomi dan sosial media.

- b. Faktor dalam perusahaan (Internal) Faktor dalam perusahaan dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini menyangkut suatu kondisi didalam perusahaan, dimana dipengaruhi oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup manajerial fungsional seperti, keuangan, sumber daya, pemasaran, sistem informasi manajemen dan operasional.

Analisis SWOT menilai antara faktor luar perusahaan (peluang dan ancaman) dengan faktor dalam perusahaan (kekuatan dan kelemahan). Faktor dalam perusahaan termasuk kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary) sedangkan factor dari luarperusahaan termasuk kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary).

## 2.6 Penelitian Terdahulu Relevan

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian dalam penelitian penulis.

Berikut merupakan penelitian terdahulu beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.



Adapun kajian penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.** Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama penelitian	Metode analisis	Hasil dan pembahasan
1.	Rahman Mappangaja, IdaRosada1,Vhyda Hamidah Aulia Radjaloa  Analisi dan strategi pemasaran komoditas cengkeh ( <i>Syzigium aromaticum</i> ) (2021)	Metode penelitian kualitatif	Biaya pemasaran (marketing cost) cengkeh adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan Cengkeh dari petani hingga ke konsumen. Saluran pemasaran komoditas cengkeh di Kelurahan Kalaodi, Kota Tidore Kepulauan, Maluku Utara di salurkan melalui saluran pemasaran yakni Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Konsumen
2.	Yopi Saleh1, Chris Sugihono1 dan Imam Prambudi2  Strategi pengembangan agribisnis cengkeh melalui pemberdayaan kelembagaan petani di Maluku Utara.	metode Singarimbun	Luas areal perkebunan di Maluku Utara pada tahun 2015, yaitu sekitar 255.244 ha, dimana komoditas kelapa memiliki luas areal tanam terluas (147.733 ha), diikuti oleh pala (42.672 ha), kakao (32.598 ha), dan cengkeh (sekitar 22.228 ha). Komoditi jambu mete, kopi, aren, kayu manis, panili, dan lada masing-masing masih di bawah 6.055 ha (BPS Maluku Utara, 2016). Komoditi cengkeh di Maluku Utara sudah diusahakan beratus-ratus tahun yang lalu, dengan dibuktikan adanya pohon induk cengkeh AFO I dan II yang saat ini menjadi sumber benih untuk perbanyak tanaman. Luas areal tanaman cengkeh dalam periode 10 tahun terakhir mengalami peningkatan, namun berkebalikan dengan produksinya yang mengalami penurunan

			<p>Hal ini salah satunya disebabkan oleh menurunnya produktivitas tanaman cengkeh dikarenakan sebagian tanaman sudah kurang produktif.</p> <p>Produktivitas tanaman cengkeh di Maluku Utara saat ini masih di bawah produktivitas nasional yaitu sebesar 200 kg/ha/tahun, jika dibandingkan produktivitas nasional yang mencapai 240,67 kg/ha/tahun (BPS RI, 2016). Padahal sepuluh tahun yang lalu produktivitas cengkeh di Maluku Utara mencapai produktivitas tertinggi dalam sejarahnya, yaitu sebesar 413 kg/ha/tahun.</p>
3.	<p>Siti Meiska Amelia, Ali Ibrahim Hasyim, Suryati Situmorang</p> <p>Efisiensi sistem pemasaran cengkeh (<i>Syzygium aromaticum</i>) di Kabupaten Pesisir Barat (2019)</p>	<p>Metode yang digunakan yaitu metode survei</p>	<p>Menurut Hasyim (2012) lembaga pemasaran adalah lembaga-lembaga serta orang-orang yang berusaha dalam bidang pemasaran, dan mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen melalui suatu kegiatan penjualan dan pembelian.</p> <p>Fungsi pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilaksanakan oleh produsen dan lembaga-lembaga yang terlibat dalam rantai tataniaga, tujuannya tidak lain adalah guna memperlancar kegiatan pemasaran.</p> <p>Pada umumnya fungsi pemasaran yang dilakukan petani dan pedagang besar hampir sama, perbedaannya hanya petani tidak melakukan fungsi pembelian serta fungsi standarisasi dan grading, sedangkan pedagang besar melakukan seluruh fungsi pemasaran, sehingga</p>

			keuntungan yang diperoleh pedagang besar dapat lebih maksimal.
4.	<p>Arie Naufal<sup>1</sup>, Azhar<sup>1</sup>, Agus Nugroho</p> <p>Analisis sistem pemasaran cengkeh (<i>Syzigium aromaticum</i>) di Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar (2018)</p>	Menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif	<p>Berdasarkan hasil wawancara dengan responden awal (petani), pemasaran cengkeh di kecamatan Lhoknga melibatkan beberapa lembaga pemasaran dan ditemukan beberapa pola pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, dan pedagang pengumpul kota. Harga yang diterima petani berbeda-beda disetiap saluran pemasaran, harga yang diterima berkisar antara Rp. 88.000 sampai dengan Rp. 92.000.</p>
5.	<p>Elisabeth Wona<sup>1&amp;3</sup>) M. R. Pellokila<sup>2</sup>), Kudji Herewila<sup>2</sup>)</p> <p>Analisis pemasaran cengkeh (<i>Syzigium aromaticum</i>) di Desa Takatunga Kecamatan Golewa Selatan Kabupaten NGADA (2019)</p>	Metode analisis deskriptif	<p>Menurut Stanton W.J. (1993) menjelaskan arti pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli. Pemasaran mempunyai peranan penting dalam setiap usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar karena kegiatan pemasaran akan memberikan nilai tambah pada setiap barang yang dihasilkan. Pada umumnya motivasi petani cengkeh di Desa Takatunga Kecamatan Golewa Selatan dalam kegiatan pemasaran cengkeh adalah dijual untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan hidup lainnya. Akan tetapi hasil penjualan cengkeh oleh petani produsen seringkali tidak</p>

			memuaskan karena petani hanya sebagai penerima harga yang telah ditetapkan oleh pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat (Wanuh, 2018).
6.	<p>Agung Budi Santoso</p> <p>Upaya mempertahankan eksistensi cengkeh di Provinsi Maluku melalui rehabilitasi dan peningkatan produktivitas (2018)</p>	Menggunakan metode analisis deskriptif	<p>Berdasarkan pendekatan Zona Agro Ekologi (ZAE), sumber daya iklim dan lahan di Maluku sangat sesuai untuk pengembangan cengkeh. Lahan yang tersedia untuk pengembangan perkebunan, termasuk cengkeh, di Maluku mencapai 871.656 ha, yang tersebar di beberapa kabupaten (Susanto dan Bustaman 2006). Menurut Suryana et al. (2005), secara biofisik hanya terdapat lima komoditas pertanian yang dapat dikembangkan di Maluku, di antaranya cengkeh dengan luas lahan tersedia 259.040 ha. Maluku memiliki keragaman sumber daya genetik cengkeh yang tinggi. Penggolongan cengkeh berdasarkan morfologinya dibagi menjadi tiga, yaitu cengkeh asli Maluku, cengkeh liar, dan cengkeh budi daya. Cengkeh asli Maluku antara lain AFO, Tibobo, Tauro, Sibela, Indari, Air mata, Dokiri, dan Daun buntal. Cengkeh budi daya terdiri atas empat jenis, yaitu Zanzibar, Siputih, Sikotok, dan Ambon. Sementara cengkeh liar terdiri atas Raja, Amahusu, Haria Gunung, dan cengkeh hutan bogor (Pool et al. 1986; Tresnawati dan Randriani 2011).</p>

7.	Tamran Suaib *) 1), Yanti Saleh 2), Amelia Murtisari 2)	Menggunakan metode analisis deskriptif	Cengkeh atau nama latinnya <i>Syzygium aromaticum</i> atau <i>Eugenia aromaticum</i>
	Analisis pemasaran komoditas cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango (2018)		<p>merupakan jenis tanaman perdu, yang memiliki batang pohon besar dan berkayu besar dan berkayu keras, serta dapat hidup hingga puluhan sampai ratusan tahun. Cengkeh merupakan tanaman asli Indonesia, yang pada awalnya merupakan komoditas ekspor, posisinya telah berubah menjadi komoditas yang harus di impor karena pesatnya perkembangan industri rokok kretek di Indonesia. Cengkeh adalah kuntum bunga kering dari pohon atau tanaman cengkeh, yang tumbuh di daerah tropis seperti Indonesia yang sudah sejak dahulu terkenal sebagai negara penghasil cengkeh (Adyatma dan Budiana, 2013 : 424). Cengkeh ditanam terutama di Indonesia (Sumatera, Jawa, Bali, Kalimantan, Nusa Tenggara dan Maluku), juga tumbuh sybur di Madagaskar, Zanzibar, India, dan Sri Lanka (Laitupa dan Susane, 2010: 5). Cengkeh akan dipanen jika sudah mencapai panjang, 1,5-2 cm (Laitupa dan Susane, 2010: 5). Bagianutama dari tanaman cengkeh yang bernilai komersial adalah bunganya yang sebagian besar digunakan dalam industri rokok yang hanya sedikit dalam industri makanan.</p>

Penelitian yang dilakukan oleh Rahman Mappangaja, Ida Rosada<sup>1</sup>, Whyda Hamidah Aulia Radjaloa dimana pada penelitiannya membahas tentang Analisis Dan Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh (*Syzigium aromaticum*) (2021). Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamran Suaib<sup>\*)</sup> 1), Yanti Saleh 2), Amelia Murtisari 2) membahas tentang Analisis Pemasaran Komoditas Cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango (2018) Sedangkan pada penelitian yang ingin dilakukan tentang strategi pemasaran komunitas cengekeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

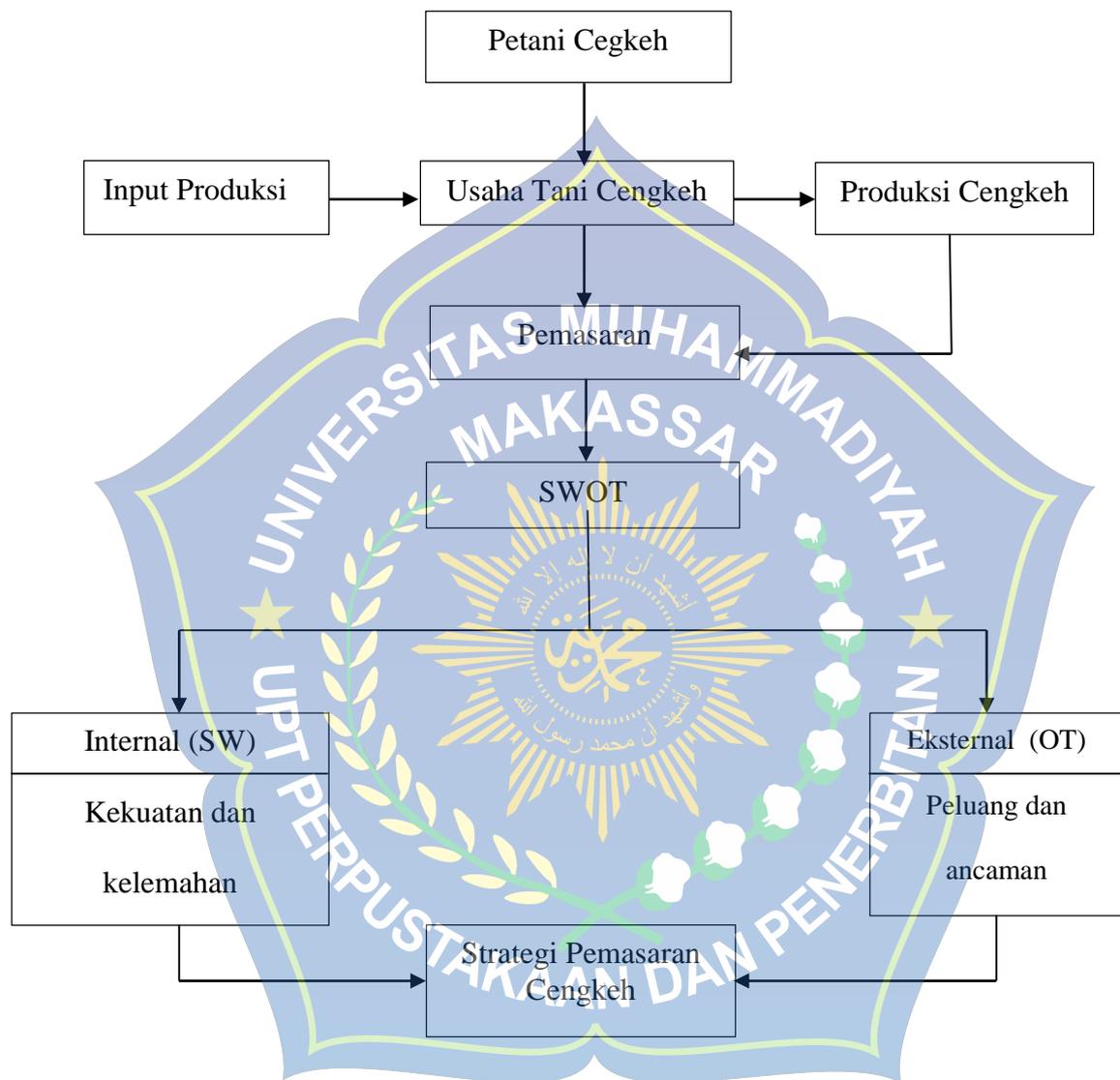
Penelitian yang dilakukan oleh Yopi Saleh<sup>1</sup>, Chris Sugihono<sup>1</sup> dan Imam Prambudi<sup>2</sup> Strategi Pengembangan Agribisnis Cengkeh Melalui Pemberdayaan Kelembagaan Petani di Maluku. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran komunitas cengekeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Meiska Amelia, Ali Ibrahim Hasyim, Suryati Situmorang tentang Efisiensi Sistem Pemasaran (*Syzygium aromaticum*) di Kabupaten Pesisir (2019) dan penelitian yang dilakukan oleh Arie Naufal<sup>1</sup>, Azhar<sup>1</sup>, Agus Nugroho membahas tentang Analisis Sistem Pemasaran Cengkeh di Kecamatan Lhokanga Kabupaten Aceh (2018). Tentu sangat berbeda dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti tentang Strategi Pemasaran Komunitas Cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

## 2.7 Kerangka Pikir Penelitian

Pemasaran mempunyai peran penting bagi petani cengkeh untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu petani cengkeh dalam memilih strategi pemasaran setelah pasca panen harus melalui proses perencanaan, perhitungan, dan pertimbangan yang sesuai dan tepat sasaran dengan menggunakan peluang serta kekuatan dari produk yang akan di pasarkan oleh petani untuk menghindari ancaman setelah mengetahui kelemahan dari produk yang akan di pasarkan.

Kabupaten Sinjai khususnya di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan merupakan salah satu daerah penghasil cengkeh yang berpotensi untuk meningkatkan pendapatan petani cengkeh di Desa tersebut akan tetapi petani cengkeh masih kurang paham menentukan strategi-strategi yang baik dalam memasarkan hasil panen mereka, hal ini tentu mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan hidup petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

### **III.METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini di laksanakan di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai pemilihan lokasi berdasarkan atas potensi desa yang akan di teliti yang di sesuaikan dengan tujuan, Desa yang di pilih merupakan salah satu Desa yang banyak memproduksi cengkeh, serta hampir semua penduduk Desa berprofesi sebagai petani cengkeh. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret – April 2023.

#### **3.2 Teknik Penentuan Informan**

Informan adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian terdiri dari 10 orang yaitu merupakan petani cengkeh dengan alasan mereka yang banyak tau tentang pemasaran cengkeh, 2 orang pedagang pengumpul yang membelih cengkeh di Deasa Palangka, dan 2 orang pedagang besar yang ada di Kabupaten Sinjai.

#### **3.3 Jenis Dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Data**

Data kualitatif adalah informasi yang berbentuk deskriptif dan tidak bisa diukur dengan angka.

##### **3.1.2 Sumber Data:**

###### **1. Data Primer**

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data ini berupa diagram, grafik, atau tabel.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, studi dokumentasi sebagai berikut:

#### 3.1.3 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang peneliti saksikan selama penelitian di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

#### 3.1.4 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang berlangsung secara sistematis dan terorganisasi yang dilakukan oleh peneliti sebagai pewawancara dengan sejumlah orang sebagai responden atau yang di wawancarai untuk mendapatkan sejumlah informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti di Desa palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

#### 3.1.5 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh

data dan informasi dalam bentuk dokumen dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Semua data yang berhasil dikumpulkan berupa catatan lapangan, komentar peneliti, uraian informan penelitian, dokumen-dokumen berupa laporan, artikel, dan sumber data lainnya yang terkait dengan pemasaran cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. Selanjutnya di analisis menggunakan analisis SWOT dengan melakukan analisis situasi terkait pemasaran cengkeh sebagai berikut :

#### 1. Identifikasi

Mengidentifikasi penyebab yang menjadi peluang dan ancaman (faktor eksternal) maupun kekuatan dan kelemahan (faktor internal) yang dimiliki petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

#### 2. Penentuan faktor internal

Menentukan penyebab kekuatan dan kelemahan yang dimiliki petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

##### a. Bobot

Penentuan bobot ditentukan dari hasil wawancara antara peneliti dengan petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

##### b. Rating

Penentuan rating berdasarkan diskusi peneliti dengan petani cengkeh

di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. Bobot dan skor setiap elemen dijumlahkan. Untuk kekuatan dijumlahkan dengan kelemahan, sedangkan peluang dijumlahkan dengan ancaman.  
Skor=Rating x Bobot.

### 3. IFAS & EFAS

#### a. IFAS

Analisis faktor strategi internal yakni terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. selanjutnya adalah memberikan bobot dari masing-masing faktor internal tersebut dengan memberikan kuesioner kepada petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

#### b. EFAS

Analisis faktor strategi eksternal yakni terdiri dari peluang dan ancaman terhadap petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

#### 1. Analisis SWOT

Kerangka kerja untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman petani cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

**Tabel 3.** Matriks Analisis SWOT

<b>EFAS</b>	<b>IFAS</b>	<b>Strengths (S)</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weakness (W)</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi S-O</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi W-O</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang	
<b>Threats (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi S-T</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi W-T</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.	

Keterangan :

*a. Strengths*

Komponen dalam analisa SWOT yang pertama adalah *strengths* atau bisa kita artikan sebagai kekuatan. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

*b. Weaknesses*

Komponen dalam analisa SWOT yang kedua adalah *weakness* atau bisa kitaartikan sebagai kelemahan. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kelemahan dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

*c. Opportunities*

Komponen dalam analisis SWOT yang ketiga adalah *opportunities* atau bisa kita artikan sebagai peluang. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi peluang dalam bisnis atau proyek

yang sedang kita kerjakan.

*d. Threats*

Komponen dalam analisis SWOT yang keempat adalah *threats* atau bisa kitaartikan sebagai ancaman. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi ancaman dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

Menurut Irham (2013), untuk menganalisis secara lebih tentang SWOT, maka dapat dilihat dengan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor luar perusahaan (Eksternal) Faktor luar perusahaan akan mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman dimana faktor ini menyangkut dengan suatu kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang dapat mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor luar ini meliputi lingkungan bisnis makro, lingkungan industri, hukum, politik, ekonomi dan sosial media.

Faktor dalam perusahaan (Internal) Faktor dalam perusahaan dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini menyangkut suatu kondisi didalam perusahaan, dimana dipengaruhi oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup manajerial fungsional seperti, keuangan, sumber daya, pemasaran, sistem informasi manajemen dan operasional.

Analisis SWOT menilai antara faktor luar perusahaan (peluang dan ancaman) dengan faktor dalam perusahaan (kekuatan dan kelemahan). Faktor dalam perusahaan termasuk kedalam matriks

yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary) sedangkan factor dari luar perusahaan termasuk kedalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal atau EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary).

### **3.6 Definisi Operasional**

- 3.1.6 Petani cengkeh adalah seseorang yang bergerak di bidang pertanian cengkeh, utamanya dengan cara melakukan pengolahan tanah dengan tujuan untuk menumbuhkan dan memelihara cengkeh dengan harapan untuk memperoleh hasil dari cengkeh tersebut untuk di tanam sendiri ataupun menjualnya kepada orang lain.
- 3.1.7 Input produksi adalah input atau faktor berupa barang atau jasa yang digunakan sebagai masukan atau pendukung pada suatu proses produksi.
- 3.1.8 Usahatani cengkeh merupakan usahatani perkebunan rakyat yang digeluti oleh petani. Usahatani ini memiliki potensi yang sangat besar untuk di budidayakan, hal ini dapat dilihat dari luas lahan yang dimiliki petani secara keseluruhan.
- 3.1.9 Pemasaran yaitu kegiatan yang meliputi penjualan dan pembelian cengkeh yang berfungsi menyampaikan hasil dari tingkat petani cengkeh ke tangankonsumen sehingga terjadi proses pertukaran.
- 3.1.10 Strategi pemasaran adalah strategi yang di rancang untuk

mempromosikan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan.

### 3.1.11 SWOT

#### a. *Strengths*

*Strengths* atau bisa kita artikan sebagai kekuatan. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis atau usaha cengkeh yang sedang dijalankan.

#### b. *Weaknesses*

*Weakness* atau bisa kita artikan sebagai kelemahan. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kelemahan dalam bisnis atau usaha cengkeh yang sedang dijalankan.

#### c. *Opportunities*

*Opportunities* atau bisa kita artikan sebagai peluang. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi peluang dalam bisnis atau usaha cengkeh yang sedang dijalankan.

#### d. *Threats*

*Threats* atau bisa kita artikan sebagai ancaman. Dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi ancaman dalam bisnis atau usaha cengkeh yang sedang dijalankan.

## IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

### 4.1 Letak Geografis Kecamatan Sinjai Selatan

Secara geografis dan secara administratif Desa Palangka merupakan salah satu dari 11 (sebelas) desa di Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai dan memiliki luas wilayah 1000,68 Ha. Dusun Honto sebagai Ibu Kota Desa Palangka berjarak  $\pm 8$  KM dari Ibu Kota Kecamatan Sinjai Selatan dan berjarak  $\pm 35$  KM dari Sinjai Utara sebagai Ibu Kota Kabupaten Sinjai.

Secara topografis Desa Palangka terletak pada ketinggian  $\pm 600$  M diatas permukaan air laut. Posisi Desa Palangka yang terletak pada bagian Selatan Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai perbatasan dengan :

- Sebelah Utara Kelurahan Sangiaserri Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai
- Sebelah Timur Desa Barugae Kabupaten Bulukumba
- Sebelah Selatan Desa Biji Nangka Kecamatan Sinjai Borong Kabupaten Sinjai
- Sebelah Barat Desa Puncak Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai

### 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk terbanyak berdasarkan umur di Desa Palangka yaitu pada umur 20-24 tahun, sedangkan jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin yaitu jumlah penduduk laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan. Adapun jumlah penduduk berdasarkan umur dan jenis

kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.** Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di DesaPalangka

No	Kelompok (umur)	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah
1	0-4	79	89	168
2	5-9.	131	122	253
3	10-14.	190	157	347
4	15-19	212	188	400
5	20-24	226	206	432
6	25-29	151	151	302
7	30-34	157	135	292
8	35-39	137	152	289
9	40-44	122	115	237
10	45-49	110	156	266
11	50-54	129	118	247
12	55-59	72	81	153
13	60-64	54	54	108
14	65-69	37	31	68
15	70-75	20	37	57
16	75+	44	65	109
	<b>Total</b>	1.871	1.857	3.728

Sumber : Badan Pusat Statistik Desa Palangka 2022

Tabel 4. Menunjukkan bahwa jumlah penduduk tertinggi berdasarkan umur dan jenis kelamin berada pada kategori 20-24 tahun yaitu 432 orang. Sedangkan jumlah penduduk terendah berdasarkan umur dan jenis kelamin berada pada kategori umur 70-75 tahun dengan jumlah 57 orang.

### 4.3 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Sebagian besar penduduk Desa Palangka bekerja pada sektor pertanian. Secara detail mata pencaharian penduduk Desa Palangka yaitu :

**Tabel 5.** Mata Pencaharian Penduduk Di Desa Palangka

Jenis kelamin	Laki-laki	Perempuan
Petani	843	53
Buruh tani	2	1
Pegawai negaea sipil	9	8
Pedagang barang kelontong	0	1
Nelayan	5	0
Perawat swasta	1	0
Bidan swasta	0	1
TNI	7	0
POLRI	1	0
Guru swasta	1	4
Pedagang keliling	2	0
Pembantu rumah tangga	1	0
Karyawan perusahaan swasta	1	4
Karyawan perusahaan pemerintah	0	1
Wiraswasta	113	32
Tidak mempunyai pekerjaan tetap	6	23
Belum bekerja	277	279
Pelajar	574	507
Ibu rumah tangga	11	900
Pensiunan	1	0
Perangkat desa	1	1
Buruh harian lepas	3	1
Buruh jasa perdagangan hasil bumi	1	0
Sopir	1	0
Usaha jasa pengerah tenaga kerja	0	1
Juru masak	0	1
Karyawan honorer	10	37
Pialang	1	0
Psikolog	0	1
<b>Jumlah</b>	<b>3.728</b>	

Sumber : Data Statistik Desa Palangka 2022

#### 4.4 Kondisi Pertanian

Kondisi ekonomi masyarakat Desa Palangka sangat bergantung pada sektor pertanian. Sangat sulit dibayangkan ketika sektor pertanian mengalami penurunan produksi dan tentu sangat berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat. Adapun potensi dari hasil pertanian di Desa Palangka dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 6.** Potensi Hasil Pertanian Desa Palangka

No	Komoditas	Jumlah (Ha)	Ton/Ha
1	Tanaman pangan		
	Padi	188,28	8,00
2	Buah-buahan		
	Rambutan	18,00	5,00
3	Tanaman perkebunan		
	Kelapa	15,00	1,00
	Kopi	13,00	1,00
	Cengkeh	204,00	4,00
	Coklat	367,00	4,00
	Pinang	0,25	0,50
	Lada	147,00	2,00
	Vanili	144,00	0,10

Sumber : Data Statistik Desa Palangka 2022

## V.HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Identitas Faktor Internal-Eksternal

#### 5.1.1 Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan petani dan pedagang cengkeh :

##### 1). Kekuatan

Kekuatan yaitu mencakup kekuatan internal yang mendorong pengembangan usaha. Kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu :

##### a. Kualitas cengkeh yang baik

Cengkeh di Desa Palangka dapat dikatakan sebagai cengkeh yang memiliki kualitas yang bagus karena dari hasil mewawancarai responden dikatakan bahwa cengkeh yang kualitasnya bagus adalah cengkeh yang memiliki bunga cengkeh yang berwarna hijau kemerahan dan masih segar untuk cengkeh basah, sedangkan untuk cengkeh yang kering dapat dikatakan cengkeh yang memiliki kualitas bagus apabila cengkeh tersebut memiliki warna kecoklatan yang sempurna.

##### b. Cengkeh merupakan komoditas utama di Desa Palangka

Komoditas cengkeh termasuk komoditas utama karena banyak dibudidayakan di Desa Palangka hampir semua petani membudidayakan komoditas cengkeh jumlah petani cengkeh yang ada di Desa Palangka sebanyak 696 keluarga, karena komoditas cengkeh

ini termasuk tanaman tahunan dan memiliki nilai jual yang terbilang lumayan tinggi.

Dari hasil wawancara yang saya dapatkan dari petani dan pedagang mengatakan bahwa cengkeh yang basah seharga Rp. 38.000/kg sedangkan cengkeh yang kering seharga Rp. 120.000/kg dari harga cengkeh yang bisa

dikatakan lumayan tinggi dapat kita katakan sebagai cengkeh adalah komoditas utama yang ada di Desa Palangka.

c. Produksi dan produktivitas tinggi

Komoditas cengkeh termasuk produksi dan produktivitas tinggi di Desa Palangka Kecamatan Sinaji Selatan Kabupaten Sinjai karena mayoritas petani disana menanam komoditas cengkeh.

**Tabel 9.** Produksi Cengkeh Kecamatan Sinaji Selatan

Desa	Produksi (ton)
Palangka	12
Sangiasseri	13
Puncak	13
Polewali	12
Songing	12
Aska	12
Palae	11
Talle	12
Bulukamase	11
Alenangka	13
Gareccing	12

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

Dapat kita lihat pada Tabel 9. Bahwa produksi cengkeh yang melimpah di Kecamatan Sinjai Selatan pada tahun 2022 yaitu 133 ton. Sehingga tanamancengkeh dapat dikatakan telah memberikan keuntungan bagi petani cengkeh.

d. Luas lahan cengkeh

Luas areal perkebunan cengkeh di Kecamatan sinjai selatan dapat kita lihatpada tabel di bawah ini :

**Tabel 10.** Luas Areal Dan Produksi Cengkeh Kecamatan Sinjai Selatan

Jenis tanaman	Luas areal (ha)	Produksi (ton)
Kelapa dalam	292	127
Kelapa hibrida	14	9
Kopi rebusta	100	74
Cengkeh	1.251	133
Jambu mente	50	179
Kakao	803	42
Pala	106	5
Lada	281	231
Kemiri	365	215
Kapuk	215	57
Panili	27	0,61
Aren	5	1,42
<b>Jumlah</b>	<b>3.509</b>	<b>1.074,03</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

Pada tabel 10. Luas areal perkebunan cengkeh di Kecamatan sinjai selatan sebesar 1.251 ha dan dapat memproduksi cengkeh sebesar 133 ton. Desa palangka merupakan salah satu penyumbang produksi cengkeh tersesar.

a. Tenaga kerja yang banyak

Tenaga kerja yang cukup banyak berasal dari masyarakat sekitar sehingga memudahkan petani untuk mendapatkan tenaga kerja dan

juga membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

Tenaga kerja pemetikan komoditas cengkeh yang di gunakan berasal dari keluarga sendiri dan dari luar keluarga sedangkan tenaga kerja dalam pemasaran cengkeh banyak pedagang yang terlibat karena harga jual cengkeh yang bagus.

## 2). Kelemahan

Kelemahan internal yang dapat mempengaruhi jalannya usaha :

### a. Saluran pemasaran yang terlalu panjang

Panjangnya saluran pemasaran membuat margin ditingkat petani lebih rendah. Hal ini di sebabkan karena adanya perpindahan produk dari suatu tempat ke tempat yang lain, oleh karena itu perpindahan tersebut memiliki biaya-biaya yang di perlukan oleh masing-masing penyalur komoditas cengkeh. Saluran pemasaran di Desa Palangka yaitu : Petani → pedagang Pengepul → pedagang besar → industry

Petani cengkeh menjual cengkehnya kepedagang pengepul yang ada di desa palangka kemudian pedagang pengepul menjual cengkeh ke pedagang besar lalu pedagang besar yang menyalurkan cengkeh tersebut ke industri.

### b. Pengetahuan dan keterampilan pasca panen petani yang rendah

Kegiatan pasca panen yaitu sortasi pemisahan bunga cengkeh dari tangkainya, bungah dan tangkai cengkeh di tempatkan di tempat yang berbedasetelah melakukan pemisahan bunga cengkeh dan tangkainya bunga cengkeh dimasukkan kedalam karung lalu diikat dan cengkeh

tersebut siap untuk di pasarkan untuk cengkeh basah.

Sedangkan untuk cengkeh yang ingin dikeringkan tetap melakukan sortasi pemisahan bunga cengkeh dan tangkainya tetapi pada tahap ini masih banyak petani yang kurang paham terkat cara sortasi banyak petani cengkeh melakukan sortasi yang kurang bersih sedangkan untuk cengkeh yang ingin di keringkan harus betul-betul bersih dari tangkai cengkeh sedangkan petani, masih banyak tangkai dan bunga cengkeh yang tercampur dan itu akan menghambat pengeringan cengkeh yang maksimal karena pada tangkai cengkeh akan memiliki waktu lama untuk kering sehingga cengkeh yang sudah di keringkan tidak bisa bertahan lama dan akan merusak kualitas cengkeh.

Banyaknya potongan harga penjualan akibat cengkeh yang dijual masih dibawah standar pasar, hal ini karena proses pasca panen yang belum dipahamidengan baik oleh petani.

c. Keuntungan pedagang rendah

Keuntungan pedagang yang rendah dari hasil wawancara yang saya dapatkan dari pedagang yaitu keuntungan yang di peroleh oleh pedangang sebesar Rp. 800/kg – 1.000/kg karena banyaknya saluran pemasaran yang terlibat dan mengakibatkan keuntungan pedagang rendah dikarenakan perpindahan produk dari suatu tempat ketempat yang lain terdapat biaya-biaya yang di perlukan oleh setiap penyalur komoditas cengkeh.

#### d. Margin pemasaran

Faktor selanjutnya yang menjadi kelemahan yaitu margin pemasaran dari hasil wawancara yang saya dapatkan pedagang besar menjual cengkeh ke pedangan pengecer dengan harga Rp 40.000/kg, pedagang pengepul menjual cengkeh ke pedagang besar dengan harga Rp 39.000/kg dan petani cengkeh menjual cengkehnya kepada pedagang pengepul dengan harga Rp 38.000/kg sehingga margin yang di dapatkan oleh pedangan pengepul sebesar Rp. 1.000/kg yang di dapat dari selisih harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh pedagang pengepul.

#### 5.1.2 Analisis Faktor Eksternal.

##### 1). Peluang

Peluang dapat dimanfaatkan oleh petani atau pedagang untuk meningkatkan usahanya.

##### a. Banyak industri yang membutuhkan cengkeh

Banyaknya industri yang membutuhkan cengkeh Seperti industri rokok, industri farmasi, industri makanan, dan industri kosmetik. Dan hasil wawancara yang saya dapatkan dari pedagang yaitu pedagang besar yang ada di sinjai menjual langsung produk cengkeh kepada pedagang pengecer atau industri yang sudah bekerja sama dengan pedagang besar yang ada di sinjai.

##### b. Banyaknya permintaan cengkeh

Banyaknya permintaan cengkeh sehingga cengkeh petani tidak

perna tinggal atau di simpan dalam waktu lama karena banyak pedagang yang memintah cengkeh kepetani dan ada juga pedagang yang lansung mendatangi rumah petani tersebut untuk mengangkut cengkeh.

c. Dukungan pemerintah

Kebijakan pemerintah saat ini masih bersifat umum, tidak terkhusus untuk cengkeh saja. Kebijakan tersebut seperti kebijakan penyaluran pupuk serta benih, membagikan bibit secara gratis dan kebijakan pengembangan kelembagaan juga bersifat umum seperti pengembangan kelompok tani, dan lembaga penyuluhan..

d. ★ Akses transportasi memadai

Akses transportasi juga memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran karena menyediakan akses bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, untuk mengangkut hasil pertanian atau memindahkan barang, dan memperlancar akses transportasi masyarakat untuk bepergian dari daerah asal ke daerah tujuan. Berikut sarana dan prasarana transportasi di Kecamatan Sinjai Selatan :

**Tabel 11.** Sarana Dan Prasarana Trasportasi Kecamatan Sinjai Selatan

<b>Desa/Kelurahan</b>	<b>Jenis permukaan jalan darat terluas</b>	<b>Dapat di lalui kendaraan bermotor,roda 4 atau lebih</b>
Palangka	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Sangiasseri	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Puncak	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Polewali	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Songing	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Aska	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Palae	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Talle	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Bulu kamase	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Alenangka	Aspal/Beton	Sepanjang tahun
Gareccing	Aspal/Beton	Sepanjang tahun

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sinjai 2022

Akses transportasi di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan juga lancar, pedagang sudah banyak memiliki kendaraan untuk mengangkut cengkeh dari Desa Palangka ke tempat tujuan. Dan juga akses jalan yang baik karna memiliki jalan aspal/beton.

2). Ancaman

Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat proses pemasaran cengkeh.

a. Produksi cengkeh dari Desa lain di Kecamatan Sinjai Selatan

Semakin banyak produksi cengkeh dari desa lain maka akan semakin rendah pula harga beli komoditas cengkeh dari pedagang pengepul ke petani yang ada di Desa Palangka. Produksi cengkeh dari desa lain yang dimaksud adalah :

**Tabel 12.** Produksi Cengkeh Dari Desa Lain Di Kecamatan Sinjai Selatan

<b>Desa</b>	<b>Produksi (ton)</b>
Palangka	12
Puncak	13
Alenangka	13
Sangiasseri	13

Sumber: wawancara Informan 2023

Datat dilihat pada tabel 12. Bahwa produksi cengkeh dari desa lain lumayan banyak dan bisa dikatakan bahwa adanya perbandingan kualitas cengkeh yang bisa menurunkan harga beli komoditas cengkeh yang ada di Desa Palangka.

b. Harga cengkeh yang berfluktuasi

Harga cengkeh yang berfluktuasi dari tahun ke tahun diakibatkan melimpahnya produksi cengkeh. Dapat kita lihat harga cengkeh dari tahun ketahun :

**Tabel 13.** Harga Cengkeh Di Desa Palangka

Tahun	Harga Cengkeh Di Desa Palangka	
	Cengkeh Basah	Cengkeh Kering
2019	30.000/kg	90.000/kg
2020	16.000/kg	50.000/kg
2021	25.000/kg	93.000/kg
2022	38.000/kg	120.000/kg
2023	38.000/kg	120.000/kg

Sumber: Hasil Wawancara Informan 2023

Harga cengkeh yang berfluktuasi diakibatkan melimpahnya produksi cengkeh sehingga industri memiliki stok cengkeh yang banyak dan apabila stok dari industri tersebut berkurang maka harga cengkeh akan meningkat karna banyaknya permintaan dari pedagang untuk industri dan apabila harga cengkeh anjlok maka akan sangat merugikan bagi petani cengkeh dan pedagang.

c. Faktor iklim dan cuaca kurang mendukung

Faktor iklim dan cuaca yang kurang mendukung akibat pemanasan global sehingga suhu rata-rata global atau permukaan bumi meningkat. Tanaman cengkeh umumnya tumbuh di daerah yang beriklim tropis yang terdiri dari 2 musim yaitu kemarau dan penghujan sehingga cocok untuk tanaman cengkeh yang mengharuskan adanya bulan kering dan basah dalam pertumbuhan

dan perkembangannya.

Petani mengeluh terkait kualitas cengkeh yang kurang bagus dan pertumbuhan pada cengkeh tidak maksimal dan daun pada tanaman cengkeh dapat kering sehingga cengkeh akan mati.

## 5.2 IFAS & EFAS

### 5.1.3 Internal faktor analysis summary (IFAS)

Internal faktor analysis summary (IFAS) adalah bentuk analisis strategi dari faktor-faktor internal petani cengkeh. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret kekuatan dan kelemahan pada petani cengkeh dan selanjutnya memberikan bobot dari masing-masing faktor internal tersebut. Matriks IFAS dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**tabel 14.** IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

<b>Matriks Faktor Internal</b>				
<b>No</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Nilai</b>
1	Kualitas cengkeh yang baik	4	0,16	0,64
2	Cengkeh merupakan komoditas utaman di Desa Palangka	3	0,12	0,36
3	Produksi dan produktivitas tinggi	4	0,16	0,64
4	Luas lahan cengkeh	3	0,12	0,36
5	Tenaga kerja yang banyak	3	0,12	0,36
<b>Subtotal</b>		<b>17</b>	<b>0,68</b>	<b>2,36</b>
<b>No</b>	<b>Kelemahan</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Nilai</b>
1	Saluran pemasaran yang terlalu panjang	3	0,12	0,36
2	Pengetahuan dan keterampilan pasca panen petani yang rendah	2	0,08	0,16
3	Keuntungan pedagang rendah	1	0,04	0,04
4	Margin pemasaran besar	2	0,08	0,16
<b>Subtotal</b>		<b>8</b>	<b>0,32</b>	<b>0,72</b>
<b>Total</b>		<b>25</b>	<b>1</b>	<b>3,08</b>

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2023

Berdasarkan hasil analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) pada tabel 9, dapat terlihat bahwa faktor kekuatan mempunyai nilai 2,36,

dan pada faktor kelemahan mempunyai nilai 0,72. Nilai tersebut dapat dilihat bahwa dalam pemasaran komoditas cengkeh memiliki kekuatan yang lebih tinggi di bandingkan dengan kelemahan.

#### 5.1.4 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) adalah alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal petani cengkeh untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh petani cengkeh. Matriks EFAS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**tabel 15.** EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

<b>Matriks Faktor Eksternal</b>				
<b>No</b>	<b>Peluang</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Nilai</b>
1	Banyak industri yang membutuhkan cengkeh	4	0,16	0,64
2	Banyaknya permintaan cengkeh	4	0,16	0,64
3	Dukungan pemerintah	3	0,13	0,39
4	Akses transportasi memadai	4	0,16	0,64
<b>Subtotal</b>		<b>15</b>	<b>0,61</b>	<b>2,31</b>
<b>No</b>	<b>Ancaman</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Nilai</b>
1	Produksi cengkeh dari desa lain	3	0,13	0,39
2	Harga cengkeh yang berfluktuasi	3	0,13	0,39
3	Faktor iklim dan cuaca kurang mendukung	3	0,13	0,39
<b>Subtotal</b>		<b>9</b>	<b>0,39</b>	<b>1,17</b>
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>1</b>	<b>3,48</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis Eksternal factor Analisis Summary (EFAS) pada Tabel 10. terlihat bahwa nilai dari faktor peluang memiliki nilai 2,31 dan nilai dari faktor ancaman mempunyai nilai 1,17. Nilai tersebut dapat dilihat bahwa pemasaran komoditas cengkeh memiliki peluang yang lebih tinggi di bandingkan dengan faktor ancaman. Hasil perhitungan dari matriks IFAS dan EFAS yang menghasilkan nilai sumbu horizontal (X) dari faktor kekuatan 2,36 dan nilai dari sumbu variabel (Y) dari faktor peluang 2,31.

### 5.3 MATRIKS INTERNAL EKSTERNAL

Matriks IE (*internal external*) merupakan alat manajemen strategis yang di gunakan untuk menganalisis kondisi kerja dan posisi strategi bisnis. Matriks IE di dasarkan pada analisis faktor bisnis internal dan eksternal yang digabungkan menjadi satu model sugestif. Matriks internal – eksternal (matriks IE) memposisikan berbagai devisi suatu orientasi dalam tampilan sembilan sel. Matriks IE di dasarkan pada 2 dimensi kunci : Hasil dari skor total dari IFE matriks beradapada sumbu x dan skor total dari EFE matriks berada pada sumbu Y. Dari hasil analisis matriks IFE memiliki skor total 3,08 sedangkan matriks EFE memiliki skortotal 3,48. Dalam matriks IE dapaty di gambarkan sebagai berikut :

**Tabel 16.** Matriks Internal Eksternal (IE)

Total Rata-Rata Tertimbang IFE

		Kuat 3,00-4,00	Sedang 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99	→ Hasil IE
		I Tumbuh & Kembangkan	II Tumbuh & kembangkan	III Jaga & Pertahankan	
Total Rata-Rata Tertimbang EFE	Tinggi 3,00-4,00	IV Tumbuh & Kembangkan	V Jaga & Petahankan	VI Tuai atau Divestasi	
	Sedang 2,00-2,99	VII Jaga & Pertahankan	VIII Tuai atau Divestasi	IX Tuai atau divestasi	
	Rendah 1,00-1,99				

Berdasarkan pada tabel 11. matriks IE diatas, pemasaran pada

komoditas cengkeh berada pada kuadran I artinya pemasaran pada komoditas cengkeh beradapada pososi tumbuh dan kembangkan.

#### 5.4 Analisis SWOT

Selanjutnya perumusan strategi pemasaran berdasarkan matriks SWOT berdasarkan data yang di dapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. Analisa pemasaran matriks SWOT mempunyai empat alternatif strategi yang di terapkan dan di peroleh dari analisis faktor internal dan eksternal. Matriks SWOT dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

**Tabel 17.** Matriks Analisis SWOT

<p>INTERNAL</p> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan ( S )</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas cengkeh yang baik</li> <li>2. cengkeh merupakan komoditas utama di desa palangka</li> <li>3. produksi dan produktivitas tinggi</li> <li>4. luas lahan cengkeh</li> <li>5. Tenaga kerja yang banyak</li> </ol>	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Saluran pemasaran yang terlalu panjang</li> <li>2. Pengetahuan dan keterampilan pasca panen petani yang rendah</li> <li>3.Keuntungan pedagang rendah</li> <li>4.Margin pemasaran besar</li> </ol>
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak industri yang membutuhkan cengkeh</li> <li>2.Banyaknya permintaan cengkeh</li> <li>3.Dukungan pemerintah</li> </ol>	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Peningkatan kualitas cengkeh (1,1)</li> <li>2.Peningkatan produksi cengkeh untuk pemenuhan pasar (3,2)</li> <li>3. Perluasan jaringan pemasaran (3,4)</li> </ol>	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Lembaga pendukung untuk pemasaran seperti koperasi (1,2)</li> <li>2.Peningkatan keuntungan pedagang (4,3)</li> </ol>

4. Akses transportasi memadai		3. Perlunya informasi pasar (4,1)
Ancaman (T) 1. Produksi cengkeh dari desa lain 2. Kualitas cengkeh yang kurang bagus 3. Harga cengkeh yang berfluktuasi 4. Faktor iklim dan cuaca kurang mendukung	STRATEGIST 1. Peningkatan pengolahan pascapanen (1,1) 2. Perlu adanya tindakan mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim dan cuaca (2,4) 3. Pemerintah turut membantu pemasaran cengkeh dengan pemberian informasi dan akses pasar (3,3)	STRATEGI WT 1. Perlunya petani di berikan pelatihan untuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan pasca panen (2,2) 2. Perlunya alat untuk menentukan kadar air (3,3) 3. Memperkuat jalinan kerja sama antara petani, pedagang dengan pihak industri dalam pemasaran cengkeh (1,1)

Sumber : Data Primer Setelah Di Olah 2023

Alternatif strategi berdasarkan matriks analisis SWOT diatas adalah sebagai berikut:

#### 1. Strategi SO

Strategi ini adalah mengandalkan kekuatan untuk mendapatkan peluang.

Adapun strategi SO antara lain :

##### a. Peningkatan kualitas cengkeh

Meningkatkan kualitas hasil produksi cengkeh agar mampu bersaing di pasaran, dengan cara mengeringkan buah cengkeh sampai benar-benar kering dan menyimpannya ditempat yang kering.

##### b. Peningkatan produksi cengkeh untuk pemenuhan pasar

Meningkatkan hasil produksi cengkeh agar mampu memenuhi kebutuhan pasar , dengan cara memahami dan memperhatikan betul mengenai teknik budidaa cengkeh yang baik dan benar. Mulai dari penyemaian dan pembibitan, persiapan lahan, penanaman, pemupukan, dan pemeliharaan sampai pada proses panen dan pasca panen.

##### c. Perluasan jaringan pemasaran

Merupakan salah satu upaya penting yang dapat dilakukan untuk perluasan pada pasar. Perluasan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengancara menjalin kerjasama, komunikasi yang baik, dan saling berkomitmen antara petani dengan lembaga pemasaran

lainnya seperti pedagang dan konsumen untuk mencapai target pasar dan memperluas pasar melalui sistem pemasaran online.

#### 1. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman.

Adapun strategi ST antara lain :

##### a. Peningkatan pengolahan pascapanen

Peningkatan pengolahan pascapanen komoditas cengkeh bertujuan untuk menjaga kualitas hasil panen. Adapun proses pengolahan cengkeh meliputi pemetikan, pemisahan dan pengeringan. Caranya yaitu melakukan proses pemetikan dengan memisahkan gagang dan buah cengkeh dari pohonnya, setelah melalui proses pemetikan dilakukan proses pemisahan antara gagang dan buah cengkeh, setelah itu proses pengeringan guna untuk mengurangi kadar air pada bunga cengkeh.

##### b. Perlu adanya tindakan mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim dan cuaca

Perubahan iklim adalah meningkatnya suhu rata-rata permukaan bumi menyebabkan terjadinya perubahan unsur-unsur iklim lainnya seperti naiknya suhu air laut, meningkatnya penguapan di udara, serta berubahnya pola curah hujan dan tekanan udara yang pada akhirnya merubah pola iklim dunia. Oleh karena itu perlu adanya tindakan mitigasi dan adaptasi.

Adapun langkah pertama yang di lakukan dalam menghadapi

perubahan iklim yaitu sebagai berikut :

- a. Eliminasi adalah cara menghindari penggunaan alat-alat penghasil emisi gas rumah kaca.
- b. Pengurangan adalah cara mengganti peralatan lama atau mengoptimalkan struktur yang ada.
- c. Substitusi adalah penggunaan energy terbarukan untuk memenuhi kebutuhan listrik atau pemanasan. Offiset, cara ini berbiaya rendah tetapi memiliki manfaat yang cukup besar.

Langkah kedua yang dilakukan dalam menghadapi perubahan iklim adalah dengan melakukan adaptasi atau penyesuaian dengan perubahan iklim tersebut, proses adaptasi dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Mendapatkan orang dan pihak yang tepat untuk terlibat dalam proses partisipatif yang harus dilakukan secara terintegrasi dalam rencana dan program pembangunan.
- b. Mengidentifikasi kerentanan, meliputi risiko saat ini maupun risiko jangka panjang yang mungkin ditimbulkan.
- c. Penilaian kapasitas adaptasi, berkaitan dengan property yang dimiliki oleh pihak-pihak terkait dalam proses adaptasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan iklim.
- d. Mengidentifikasi pilihan-pilihan adaptasi, dilakukan berdasarkan analisis risiko dan penilaian kapasitas adaptasi.
- e. Mengevaluasi pilihan, jika pilihan-pilihan adaptasi sudah

teridentifikasi, maka opsi-opsi tersebut perlu dipilih berdasarkan efektivitas, kemudahan

dalam implementasi, penerimaan dari masyarakat local, dukungan dari ahli dan dampak social yang di timbulkan.

f. Implementasi, yaitu pelaksanaan pilihan adaptasi yang telah diputuskan untuk diambil dalam menyesuaikan diri dengan perubahan iklim.

g. Monitor dan mengevaluasi adaptasi, monitor pelaksanaan implementasi dan melakukan evaluasi atas pilihan adaptasi. Karena proses adaptasi adalah proses yang terus berjalan, dipenuhi dengan variabilitas dan cost yang ditimbulkan sulit untuk diperhitungkan. diprediksi, maka monitor dan evaluasi perlu dilakukan.

h. Pemerintah turut membantu pemasaran cengkeh dengan pemberian informasi dan akses pasar.

Pemerintah turut membantu pemasaran cengkeh dengan memberikan informasi pasar dan jaminan akses pasar.

## 2. Strategi WO

Strategi ini adalah strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strategi WO antara lain :

a. Lembaga pendukung untuk pemasaran seperti koperasi

Didalam proses pemasaran perlu adanya lembaga pendukung, yaitu dengan menyediakan lembaga ekonomi pedesaan seperti

koperasi agar petani dapat bersaing dalam melaksanakan kegiatan usahatani dan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup petani.

b. Peningkatan keuntungan pedagang

Peningkatan keuntungan pedagang merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan petani cengkeh juga.

c. Perlunya informasi pasar

Perlunya informasi pasar untuk mengetahui perkembangan situasi dan kondisi pasar, informasi pasar dapat diperoleh dengan cara menentukan pasar yang relevan, menganalisa permintaan primer dan permintaan selektif, menetapkan segmen pasar, menganalisa persaingan, mengidentifikasi target potensial.

3. Strategi WT

Strategi adalah strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman. Adapaun strategi WT antara lain :

a. Perlunya petani diberikan pelatihan untuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan pasca panen.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pasca panen cengkeh, perlu adanya pelaksanaan pelatihan atau penyuluhan yang diberikan kepada petani sehingga produksi dan kualitas cengkeh petani dapat bersaing dengan kabupaten lain.

b. Perlunya alat untuk penentuan kadar air

Untuk mempertahankan kualitas cengkeh yang baik dan tidak mudah rusak, dibutuhkan alat untuk penentuan kadar air sehingga

aman untuk disimpan dalam waktu yang lama dan tidak merusak kualitas cengkeh.

- c. Memperkuat jalinan kerjasama antara petani, pedagang dengan pihak industri Dalam pemasaran cengkeh Perlu adanya jalinan kerjasama antara petani, pedagang dan pihak industri guna menunjang kelancaran dalam proses pemasaran komoditas cengkeh dan memudahkan pelaku pemasaran memperoleh informasi pasar dari sesama pedagang maupun pihak industri lainnya.



## VI.KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran komoditas cengkeh di lakukan dengan cara memperbaiki kualitas, menghitung volume produksi, mengakses informasi pasar, lembaga pendukung dan kebijakan pemerintah terkait dengan pemasaran komoditas cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

### 6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas cengkeh dengan cara penyediaan alat untuk menentukan kadar air dan penjemuran agar kadar air pada cengkeh lebih rendah.
2. Meningkatkan upaya dari pemerintah untuk memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, O. 1990. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Adyatama I.W.C., dan Budiana, D.N 2013. Analisa Efisiensi Penggunaan faktor produksi pada usahatani Cengkeh di Desa Manggisari. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana 2 (9), Hal: 423-433.
- Agung Budi Santoso. 2018. Upaya mempertahankan eksistensi cengkeh di Provinsi Maluku melalui rehabilitasi dan peningkatan produktivitas. Jurnal litbang pertanian Vol. 37 NO. 1 Juni 2018: 26-32.
- Arie Naufal, Azhar, Agus Nugroho. 2018. Analisis pemasaran cengkeh (*syzigium aromaticum*) Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. Jurnal ilmiah mahasiswa pertanian Vol 3 No 4 November 2018: 518-524.
- Arisena MK. 2009. Struktur dan perilaku pasar komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng. Jurnal Ganec Swara, 3(2): 39-46. <http://unmas mataram.ac.id>. [25Maret 2017].
- Badan pusat statistik. 2020. Provinsi sulawesi selatan tahun 2020.
- Dinas tanaman pangan hortikultura dan perkebunan kabupaten sinjai, 2021. Data perkebunan cengkeh kabupaten sinjai.
- Elisabeth Wona, M. R. Pellokila, Kudji Herewila. 2019. Analisis pemasaran cengkeh (*syzigium aromaticum*) di Desa Takatunga Kecamatan Golewa Selatan Kabupaten Ngada. Jurnal excellentia Vol 8 No 1 Juni 2019: 29-34
- Irham. 2013. menganalisis secara lebih tentang SWOT, maka dapat dilihat dengan faktor eksternal dan faktor internal.
- Juangsana, Hendra H. 2013. Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Cengkeh Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani di Kabupaten Trenggalek. Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol 13, No. 2, Juli 2013: 45-56.
- Kotler dan armstrong. 2008. Prinsip-prinsip dan Pengetian pemasaran, jilid 1, erlangga jakarta.

- Kurtz. 2008. Analisis strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan pelanggan pada lembaga rafi bimbel tangerang. Vol 10 No 2: 250-257.
- Laitupa, Fahrurizal, Susane, dan Hismi. 2010. Pemanfaatan Euganol Dari Minyak Cengkeh Untuk mengatasi Ranciditas Pada Minyak Kelapa, Makalah Penelitian. Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro. Semarang. Vol 5 No1.
- Limbong, W.H dan Sitorus, P (1987). Pengantar Tataniaga Pertanian, Jurusan Ilmu- Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor: Institut Pertanian Bogor. Vol 3 No 4
- Nuraini, 2014. Pengertian cengkeh dalam berbagai industri di indonesia. Perspektif, 11 (2), 79-90.
- Nurdjannah, N. (2004). Diversifikasi penggunaan cengkeh. Volume 3 nomor 2, desember 2004 : 61-70,361-70.
- Rahman Mapangaja, Ida Rosada 1, Vhyda Hamidah Aulia Radjaloa. 2021. Analisis dan strategi pemasaran komoditas cengkeh (*syzgium aromaticum*). Vol 5, No1 2021 Maret.
- Riyanto, R. 2012. Mengenal Cengkeh Dan Manfaatnya. Diakses Tanggal 21 Oktober 2018.
- Siti meiska amelia, Ali ibrahim Hasyim, Surati Situmorang. 2019. Efisiensi sistem pemasaran cengkeh (*syzgium aromaticum*). Kabupaten Pesisir Barat.
- Thamran Suaib, Yanti Saleh, Amelia Murtisari. 2018. Analisis pemasaran komoditas cengkeh di Desa Taluda Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. Vol 2 No 2.
- Thangaselvabai, T., R. Kennedy, J. P. Joshua, M. Jayasekar. 2010. Clove (*Syzgium Aromaticum*) – The Spicy Flower Bud of Significance – A Review. Agric Rev. 31(1): 40-47.
- Wanuh, 2019. Jurnal Analisis Pemasaran Kopi Di Desa Borani Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngad. Vol 8 No 1.
- Yopi saleh, Chris Sugihono dan Imam Prambudi. 2018. Strategi pengembangan agribisnis cengkeh melalui pemberdayaan kelembagaan petani. Maluku utara.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## Lampiran 1. Kuisisioner

### 1. IDENTITAS INFORMAN

Nama :

Alamat :

Umur :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan :

### 2. INTERNAL

No	Kekuatan	Kategori penilaian			
1	Kualitas cengkeh yang baik	4	3	2	1
2	Cengkeh merupakan komoditas utama di desa palangka	4	3	2	1
3	Produksi dan produktivitas tinggi	4	3	2	1
4	Luas lahan cengkeh	4	3	2	1
5	Tenaga kerja yang banyak	4	3	2	1
No	Kelemahan	Kategori penilaian			
1	Banyaknya saluran pemasaran	4	3	2	1
2	pengetahuan dan keterampilan pasca penen petani yang rendah	4	3	2	1
3	Keuntungan pedagang yang rendah	4	3	2	1
4	Margin pemasaran	4	3	2	1

### 3. EKSTERNAL

No	Peluang	Kategori penilaian			
1	Banyak industri yang membutuhkan Cengkeh	4	3	2	1
2	Banyaknya permintaan cengkeh	4	3	2	1
3	Dukungan pemerintah	4	3	2	1
4	Akses transportasi memadai	4	3	2	1
No	Ancaman	Kategori penilaian			
1	Produksi cengkeh dari desa lain	4	3	2	1
2	Harga cengkeh yang berfluktuasi	4	3	2	1
3	Faktor iklim dan cuaca kurang Mendukung	4	3	2	1

Keterangan :

1 : Kurang                      3 : Sedang

2 : Cukup                      4 : Tinggi

A. Kuisisioner untuk petani

Nama petani :

Alamat :

Umur :

Jumlah anggota keluarga :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan utama :

Pekerjaan sampingan :

Bertani sejak tahun :

Budidaya cengkeh sejak tahun :

1. Status kepemilikan lahan cengkeh :

2. Luas lahan total yang digunakan :

a. Milik sendiri    Ha

b. Sewa                    Ha

3. Komoditas tanaman apa saja yang ditanam :

4. Cengkeh jenis apa yang ditanam :

a. Jumlah pohon :

b. Mulai tanam tahun :

Produksi (kg) :

1. Pada bulan berapa biasanya panen cengkeh berlansung :
2. Wilayah penjualan cengkeh :
  - a. Di dalam daerah
  - b. Di luar daerah
3. Cara menentukan harga jual :.....
4. Cara pembayaran (tunai/tidak tunai/yang lain) :.....
5. Cara penjualan (pesanan/langsung/yang lain) :.....
6. Biaya tenaga kerja perhari :
  - a. Tenaga kerja penanaman :.....
  - b. tenaga kerja pemeliharaan :.....
  - c. tenaga kerja pemetikan :.....
  - d. tenaga kerja penjemuran :.....
  - e. dll :.....
7. Biaya transportasi/BBM :.....
8. Penjualan cengkeh :

Lembaga pemasaran	Harga (Rp/kg)	Jumlah cengkeh yang dijual (kg)
Pedagang pengumpul		
Pedagang besar		
Konsumen		
Total		

1. Cengkeh yang dijual dalam bentuk :
  - a. Cengkeh kering
  - b. Cengkeh basah
2. Teknik pemasaran :
  - a. Langsung ke konsumen/jual sendiri
  - b. Tidak langsung/melalui perantara maupun agen
  - c. Menggunakan social media
3. Berapa keuntungan yang diperoleh petani dari usaha tani cengkeh:.....
4. Bagaimana petani menjual cengkehnya:.....
5. Apakah petani menjual cengkeh ada informasi pasar yang diperoleh:.....
6. Petani menjual cengkeh ke pedagang atas dasar apa:
  - a. Kepercayaan
  - b. Tidak ada pilihan lagi
  - c. Harga yang ditawarkan pedagang bagus
7. Bagaimana sistem kerja sama petani dengan pedagang:
  - a. Cengkeh diambil pedagang dan baru di bayar beberapa bulan kemudian
  - b. Cengkeh diambil pedagang dan langsung di bayar
8. Berapa jumlah biaya produksi yang dikeluarkan dalam kegiatan usahatani cengkeh :

B. Kuisiner untuk pedagang pengepul

Nama :

Alamat :

Umur :

Jumlah anggota keluarga :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan sampingan :

Menjadi pedagang pengepul sejak tahun :

1. Harga pembelian cengkeh :

Komoditas	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)
Cengkeh		

2. Penjualan cengkeh :

Lembaga pemasaran	Harga (Rp/kg)	Jumlah cengkeh yang dijual (kg)
Pedagang besar		
Pedagang pengecer		
Konsumen		
Total		

3. Area penjualan :

- a. Di dalam daerah :
- b. Di luar daerah :

4. Bagaimana cara menentukan harga jual :
5. Alat transportasi apa yang digunakan :
6. Apa ada biaya transportasi :
7. Apakah cengkeh langsung dipasarkan atau tidak :
8. Tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan pemasaran cengkeh :
9. Biaya tenaga kerja perharinya :
10. Apakah ada tambahan biaya lain :

C. Kuisisioner untuk pedagang besar

Nama :

Alamat :

Umur :

Jumlah anggota keluarga :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan utama :

Pekerjaan sampingan :

Menjadi pedagang besar sejak tahun berapa :

1. Komoditas hasil pertanian apa saja

yang di perdagangkan :

a. ....

b. ....

c. ....

d. ....

2. Harga pembelian cengkeh :

Komoditas	Jumlah (kg)	Harga (Rp/kg)
Cengkeh		

3. Penjualan cengkeh :

Lembaga pemasaran	Harga (Rp/kg)	Jumlah cengkeh yang dijual (kg)
Pedagang pengecer		
Konsumen		
Total		

4. Wilayah daerah penjualan cengkeh :

- a. Di dalam daerah :
  - b. Di luar daerah :
5. Bagaimana cara menentukan harga jual :
6. Cara pembelian (pesan/lansung) :
7. Cara penjualan (pesan/lansung) :
8. Pembayaran (tunai/tidak tunai) :
- a. Pada saat pembelian :
  - b. Pada saat penjualan :

9. Apakah cengkeh lansung di pasarkan atau tidak :

10. Alat transportasi apa yang digunakan :

11. Apa ada biaya transportasi :

12. Tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan pemasaran cengkeh :

13. Biaya tenaga kerja prahari :

### Lampiran 2. Identitas Informan Petani Di Desa Palangka

NO	Nama Informan	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Luas Lahan (Ha)	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Tanggung nagan Keluarga (Orang)
1	Ile	40	SD	Petani	1	22	5
2	Suardi	57	SD	Petani	0,5	41	5
3	Ambo	46	SMTP	Petani	0,5	24	4
4	Kahar	41	SMP	Petani	1,5	14	3
5	Hatta	45	SD	Petani	0,5	24	3
6	Nasir	44	SD	Petani	1,5	22	3
7	Darwis	31	SMA	Petani	2	7	4
8	Siding	60	SD	Petani	1,5	48	7
9	Mamma	57	SD	Petani	2	43	6
10	Antong	46	SD	Petani	1	26	5

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

### Lampiran 3. Identitas Informan Pedagang Di Desa Palangka

NO	Nama Informan	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Pengalaman Berdagang (Tahun)	Tanggung nagan Keluarga (Orang)
1	Huse	50	SD	Pedagang pengumpul	28	6
2	Muri	57	SD	Pedagang pengumpul	30	3
3	Hj. Ramla	42	SMTP	pedagang besar	15	5
4	Hj. Darmi	45	SMP	Pedagang beasr	14	3

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

**Lampiran 4. Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal**

<b>Faktor Internal</b>	
<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas cengkeh yang baik</li> <li>2. Cengkeh merupakan komoditas utama di Desa Palangka</li> <li>3. Produksi dan produktivitas yang tinggi</li> <li>4. Luas lahan cengkeh</li> <li>5. Tenaga kerja yang banyak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saluran pemasaran yang terlalu panjang</li> <li>2. Pengetahuan dan keterampilan pasca panen petani yang rendah</li> <li>3. Keuntungan pedagang rendah</li> <li>4. Margin pemasaran besar</li> </ol>
<b>Faktor Eksternal</b>	
<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya industri yang membutuhkan cengkeh</li> <li>2. Banyaknya permintaan cengkeh</li> <li>3. Dukungan pemerintah</li> <li>4. Akses transportasi memadai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produksi cengkeh dari desa lain</li> <li>2. Harga cengkeh yang berfluktuasi</li> <li>3. Faktor iklim dan cuaca kurang mendukung</li> </ol>

**Lampiran 5. Perhitungan Rating Untuk Faktor Internal**

No	Informan	Kekuatan					Total	rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	Hj. Hadi	4	4	4	4	4	20	1.43
2	Siding	3	3	4	3	4	17	1.21
3	Antong	3	4	4	3	4	18	1.29
4	Sukma	2	3	4	4	4	17	1.21
5	Darwis	3	4	4	4	4	19	1.36
6	Nasir	3	3	4	3	4	17	1.21
7	Hatta	4	3	4	4	4	19	1.36
8	Nur	4	4	4	4	3	19	1.36
9	Suardi	4	4	4	4	3	19	1.36
10	Ile	4	4	4	3	3	18	1.29
11	Huse	3	3	4	3	3	16	1.14
12	Muri	2	3	4	3	3	15	1.07
13	Hj. Ramlah	4	3	4	4	4	19	1.36
14	Hj.darmi	4	3	4	4	4	19	1.36
	<b>Jumlah</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>56</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>252</b>	<b>18.0</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.36</b>	<b>3.43</b>	<b>4.00</b>	<b>3.57</b>	<b>3.64</b>	<b>18.0</b>	<b>1.29</b>

No	Informan	Kelemahan				Total	Rata-rata
		1	2	3	4		
1	Hj. Hadi	3	1	3	1	8	0.57
2	Siding	1	1	3	3	8	0.57
3	Antong	1	2	3	3	9	0.64
4	Sukma	1	3	1	3	8	0.57
5	Darwis	1	3	3	1	8	0.57
6	Nasir	3	3	1	1	8	0.57
7	Hatta	3	1	1	3	8	0.57
8	Nur	1	2	1	1	5	0.36
9	Suardi	3	2	3	3	11	0.79
10	Ile	1	2	3	3	9	0.64
11	Huse	3	3	1	3	10	0.71
12	Muri	1	1	3	3	8	0.57
13	Hj.Ramlah	1	1	1	1	4	0.29

14	Hj.darmi	3	1	1	1	6	0.43
	<b>Jumlah</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>110</b>	<b>7.9</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>1.86</b>	<b>1.86</b>	<b>2.00</b>	<b>2.14</b>	<b>7.9</b>	<b>0.56</b>

**Lampiran 6. Perhitungan Rating Untuk Faktor Eksternal**

No	Informan	Peluang				Total	Rata-rata
		1	2	3	4		
1	Hj. Hadi	4	3	1	3	11	0.79
2	Siding	4	3	1	3	11	0.79
3	Antong	4	3	1	3	11	0.79
4	Sukma	4	1	3	3	11	0.79
5	Darwis	4	1	3	2	10	0.71
6	Nasir	3	1	3	3	10	0.71
7	Hatta	4	1	3	2	10	0.71
8	Nur	3	1	3	3	10	0.71
9	Suardi	3	3	3	3	12	0.86
10	Ile	3	1	1	3	8	0.57
11	Huse	3	1	3	2	9	0.64
12	Muri	3	3	1	2	9	0.64
13	Hj.Ramlah	4	1	1	3	9	0.64
14	Hj.darmi	4	3	1	3	11	0.79
	<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>38</b>	<b>142</b>	<b>10.1</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.57</b>	<b>1.86</b>	<b>2.00</b>	<b>2.71</b>	<b>10.1</b>	<b>0.72</b>

No	Informan	Ancaman			Total	Rata-rata
		1	2	3		
1	hj. Hadi	3	3	3	9	0.64
2	Siding	3	3	3	9	0.64
3	Antong	3	3	3	9	0.64
4	Sukma	1	1	1	3	0.21
5	Darwis	1	3	3	7	0.50
6	Nasir	3	2	1	6	0.43
7	Hatta	1	1	1	3	0.21
8	Nur	3	3	1	7	0.50
9	Suardi	1	3	3	7	0.50
10	Ile	3	1	1	5	0.36
11	Huse	3	3	3	9	0.64
12	Muri	3	1	3	7	0.50
13	hj. Ramlah	3	1	1	5	0.36

14	hj.darmi	3	1	1	5	0.36
	<b>Jumlah</b>	<b>34</b>	<b>29</b>	<b>28</b>	<b>91</b>	<b>6.5</b>
	<b>rata-rata</b>	<b>2.43</b>	<b>2.07</b>	<b>2.00</b>	<b>6.50</b>	<b>0.46</b>

Keterangan :

Nilai rata-rata 3.29 - 4.00 dimasukkan dalam rating 4

Nilai rata-rata 2.29 – 3.00 dimasukkan dalam rating 3

Nilai rata-rata 1.29 – 2.00 dimasukkan dalam rating 2

Nilai rata-rata 0.29 – 1.00 dimasukkan dalam rating 1



**Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian**



**Gambar 1. Wawancara Petani**



**Gambar 2. Wawancara Petani**



**Gambar 3. Wawancara Pedagang Pengepul**



**Gambar 4. Wawancara Pedagang Besar**



**Gambar 5. Pohon Cengkeh**



**Gambar 6. Cengkeh Kering**

## Lampiran 8. Surat Izin Penelitian

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail .lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 750/05/C.4-VIII/II/1444/2023  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

08 Sya'ban 1444 H  
28 Februari 2023 M

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
di -  
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 796/FP/A-6-II/II/1444/2023 tanggal 27 Februari 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : APRILIANTI WADISTA  
No. Stambuk : 10596 1102619  
Fakultas : Fakultas Pertanian  
Jurusan : Agribisnis  
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

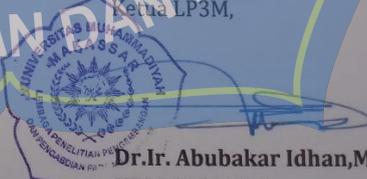
**"Strategi Pemasaran Komoditas Cengkeh di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 2 Maret 2023 s/d 31 Mei 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.  
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu Khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
NBM 101 7716

02-23



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
 Makassar 90231

Nomor : 12337/S.01/PTSP/2023  
 Lampiran : -  
 Perihal : izin penelitian

Kepada Yth.  
 Bupati Sinjai

di-  
 Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 750/05/C.4-VIII/II/1444/2023 tanggal 28 Februari 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : APRILIANTI WADISTYA  
 Nomor Pokok : 105961102619  
 Program Studi : Agribisnis  
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)  
 Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul:

**" STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS CENGKEH DI DESA PALANGKA KECAMATAN SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 28 Februari s/d 28 Maret 2023

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
 Pada Tanggal 28 Februari 2023

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
 SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



Ir. H. SULKAF S LATIEF, M.M.  
 Pangkat : PEMBINA UTAMA MADYA  
 Nip : 19630424 198903 1 010

Tembusan Yth  
 1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar.  
 2. Pertinggal.



**PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI**  
**DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Alamat : Jalan Persatuan Raya No. 116, Kelurahan Binngere Kabupaten Sinjai Telpom : (0482) 21069 Fax : (0482) 22450 Kode Pos : 92612 Kabupaten Sinjai

Nomor : 001231/16/04/DPM-PTSP/III/2023  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : -  
 Perihal : Izin Penelitian

Yth. Kepala Desa Palangka Kec. Sinjai Selatan  
 Kab. Sinjai

Di  
 Tempat

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan, Nomor : 12337/S.01/PTSP/2023, Tanggal 28 Februari 2023 Perihal Penelitian .  
 Bahwa Mahasiswa/Peneliti yang tersebut di bawah ini :

Nama : APRILIANTI WADISTA  
 Tempat / Tanggal Lahir : Sinjai/13 Agustus 2001  
 Nama Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
 NIM : 105961102619  
 Program Studi : Agribisnis  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1)  
 Alamat : Honto, Kel./Desa Desa Palangka, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai

Bermaksud akan mengadakan Penelitian di Daerah/Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan Skripsi, Dengan Judul : STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS SENGKEH DI DESA PALANGKA KECAMATAN SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 28 Februari s/d 28 Maret 2023  
 Pengikut

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan kelentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus melaporkan diri kepada instansi tersebut di atas;
  2. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari masalah yang telah diizinkan serta-mata kepentingan pengumpulan data;
  3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan dan mengindahkan adat istiadat setempat;
  4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada instansi tersebut di atas; dan
  5. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada Bupati Sinjai Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kabupaten Sinjai  
 Pada tanggal : 15 Maret 2023  
 a.n. **BUPATI SINJAI**  
 KEPALA DINAS,



**LUKMAN DAHLAN, S.I.P., M.Si**  
 Pangkat : Pembina Utama Muda / IVc  
 NIP : 197011301990031002

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Sinjai (sebagai laporan);
2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar
3. Camat Sinjai Selatan Kab. Sinjai
4. Yang Bersangkutan (Aprilianti Wadista)
5. Arsip

## Lampiran 9. Surat Bebas Plagiasi

 MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN  
Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Aprilianti Wadista  
NIM : 105961102619  
Program Studi : Agribisnis  
Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	5 %	10 %
5	Bab 5	9 %	10 %
6	Bab 6	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 06 Juni 2023  
Mengetahui  
Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,  
  
Hum., M.I.P  
NBM. 984 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588  
Website: www.library.unismuh.ac.id  
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

1

Aprilianti Wadista  
105961102619 BAB I

by Tahap Tutup

**Submission date:** 06-Jun-2023 05:50PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2110221789

**File name:** BAB\_1\_-\_2023-06-06T185004.334.docx (17.77K)

**Word count:** 553

**Character count:** 3600

Aprilianti Wadista 105961102619 BAB I

ORIGINALITY REPORT

**10%**  
SIMILARITY INDEX

**10%**  
INTERNET SOURCES

**3%**  
PUBLICATIONS

**0%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.unsil.ac.id Internet Source	3%
2	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	3%
3	docplayer.info Internet Source	2%
4	ubb.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On  
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



Aprilianti Wadista  
105961102619 BAB II

by Tahap Tutup

**Submission date:** 06-Jun-2023 05:50PM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 2110221974  
**File name:** BAB\_II\_-\_2023-06-06T185013.819.docx (54.35K)  
**Word count:** 2492  
**Character count:** 16561

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	core.ac.uk Internet Source	8%
2	idmetafora.com Internet Source	6%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Tengah Student Paper	5%
4	library.binus.ac.id Internet Source	2%
5	repository.uncp.ac.id Internet Source	2%
6	jurnal.fp.unila.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes  On Exclude matches  < 2%  
Exclude bibliography  On

Aprilianti Wadista  
105961102619 BAB III

by Tahap Tutup

**Submission date:** 06-Jun-2023 05:51PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2110222226

**File name:** BAB\_III\_-\_2023-06-06T185033.980.docx (25.59K)

**Word count:** 1114

**Character count:** 7319

Prilianti Wadista 105961102619 BAB III

ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>7%</b>	<b>11%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- |          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | 123dok.com<br>Internet Source                   | <b>5%</b> |
| <b>2</b> | digilibadmin.unismuh.ac.id<br>Internet Source   | <b>3%</b> |
| <b>3</b> | repository.stp-bandung.ac.id<br>Internet Source | <b>2%</b> |

Exclude quotes  Or Exclude matches  2%

Exclude bibliography  Or



Aprilianti Wadista  
105961102619 BAB IV  
by Tahap Tutup

**Submission date:** 06-Jun-2023 05:51PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2110222441

**File name:** BAB\_IV\_-\_2023-06-06T185131.821.docx (20.78K)

**Word count:** 580

**Character count:** 2943

Aprilianti Wadista 105961102619 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

6%

2

repositori.uinjambi.ac.id

Internet Source

5%

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 2%



Aprilianti Wadista  
105961102619 BAB V  
by Tahap Tutup

**Submission date:** 06-Jun-2023 05:52PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2110222828

**File name:** BAB\_V\_-\_2023-06-06T185143.407.docx (58.06K)

**Word count:** 3569

**Character count:** 21912

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[digilibadmin.unismuh.ac.id](http://digilibadmin.unismuh.ac.id)

Internet Source

7%

2

[pojokiklim.menlhk.go.id](http://pojokiklim.menlhk.go.id)

Internet Source

2%

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  On 2%



Aprilianti Wadista  
105961102619 BAB VI  
by Tahap Tutup

**Submission date:** 06-Jun-2023 05:53PM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 2110222939  
**File name:** BAB\_VI\_57.docx (14.27K)  
**Word count:** 125  
**Character count:** 806

Aprilianti Wadista 105961102619 BAB VI

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id)

Internet Source

5%



Turnitin

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



## RIWAYAT HIDUP



**Aprilianti Wadista, 105961102619** Lahir di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai, pada tanggal 13 Agustus 2001. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Nasir dan Ibu Nirwati. Penulis memulai pendidikan formal pada tahun 2007 di SD 44 Palangka dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Sinjai dan selesai pada tahun 2016. Kemudian di tahun yang sama melanjutkan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Sinjai dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis terdaftar di salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Makassar dengan mengambil Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar Strata Satu (S1) dan lulus pada tahun 2023.

