

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KELAPA DALAM DI
DESA I GAL KECAMATAN MANDAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR
PROVINSI RIAU**

¹⁾Wanda, ^{2)}Fahrial,*

1*) Mahasiswa Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis Universitas Islam Riau

2*) Author Dosen Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau Pekanbaru

Email: wandasaputra@student.uir.ac.id

Email: fahrial2018@agr.uir.ac.id

ABSTRAK

Sektor perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu tulang punggung perekonomian bagi masyarakat. Kurangnya informasi harga yang diterima petani dan struktur pasar yang masih bersifat oligopoli menjadi permasalahan utama bagi petani dalam memasarkan kelapa mereka saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) karakteristik petani dan profil usahatani kelapa dalam,(2) kegiatan bauran pemasaran kelapa dalam, (3) faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran dan, (4) strategi pengembangan pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survei di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir mulai dari Februari sampai September 2021. Analisis data dalam penelitian adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif serta analisis SWOT. Hasil penelitian: (1) karakteristik petani dan pedagang pengumpul berada pada usia yang produktif, yaitu 59 tahun pada petani dan 50 tahun pedagang pengumpul. Rata-rata tingkat pendidikan petani adalah 9 tahun dan pedagang pengumpul 10 tahun. Pengalaman petani 29 tahun dan pedagang pengumpul 24 tahun. Tanggungan keluarga petani rata-rata 3 jiwa dan pedagang pengumpul 4 jiwa. Usahatani kelapa dalam di Desa Igal sudah dilakukan secara turun temurun, bentuk usaha usaha perseorangan yang berskala kecil, dengan rata-rata luas lahan 1,5 Ha serta rata-rata umur tanaman 20,34 tahun dengan jumlah produksi sebanyak 122.176 Kg. Rata-rata modal usaha petani Rp.262.000 dan pedagang pengumpul 4.338.000 dengan kapasitas muatan kapal rata-rata 119 Ton. Tenaga kerja yang digunakan merupakan tenaga kerja dalam keluarga mulai dari pemanenan hingga pemasaran. (2). Bauran pemasaran terdapat dua poin yang harus dimanfaatkan petani yaitu pada poin produk dan lokasi.(3) faktor-faktor yang memengaruhi pemasaran kelapa dalam di Desa Igal yaitu lokasi pasar mudah dijangkau, memiliki pengumpul, memiliki transportasi milik sendiri yang merupakan kekuatan bagi petani dan kelemahannya adalah belum ada ketetapan harga dari pemerintah, kurangnya informasi harga dan tidak ada promosi produk selain itu peluang yang dimiliki petani adalah tingginya minat perusahaan kelapa, memiliki produk turunan yang banyak tingginya permintaan produk kelapa di pasar ekspor dan ancaman yang dimiliki petani adalah lemahnya daya beli penduduk dan struktur pasar oligopoli. (4) Hasil analisis SWOT dalam penelitian ini berada pada kuadran I strategi S-O yaitu a) Mempertahankan kualitas produk demi memberikan kepuasan pada konsumen dan b). mempertahankan hubungan kerjasama yang baik antara petani dan pedagang untuk mempermudah proses pasar. c). Memanfaatkan

lokasi yang strategis untuk meningkatkan hasil pemasaran dengan memanfaatkan pedagang diluar desa yang menawarkan kelapa dengan harga yang cukup tinggi.

Kata Kunci : *Kelapa Dalam, Pengembangan, Pemasaran, Strategi*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komoditi perkebunan yang cukup potensial di Provinsi Riau terdiri dari karet, kelapa dalam, kelapa sawit dan sagu. Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang memiliki kesesuaian lahan perkebunan kelapa terbesar yaitu dengan Luas lahan 421.002 Ha dan jumlah produksi 417.172 Ton serta produktivitasnya yaitu 0,990 Ton/Ha. Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki lahan perkebunan kelapa paling luas yakni dengan luas lahan 351.526 Ha dengan produksi 361.348,00 Ton serta produktivitasnya yaitu 1,027.94 Kg/Ha (Sumber Badan Pusat Statistik Pekanbaru 2020). Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir saat ini belum mengeluarkan kebijakan khusus mengenai perkebunan kelapa dan terlalu memberikan kebebasan pada perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri kelapa untuk membuat kebun sendiri bagi pasokan bahan baku industrinya. Pihak perusahaan mampu mandiri dengan hasil perkebunan kelapa sebagai bahan baku industrinya. Perusahaan juga bebas untuk menekan harga pembelian kelapa petani sehingga mengakibatkan harga kelapa tidak stabil. Kecamatan Mandah memiliki 16 desa dan salah satu desa yang memiliki areal luas lahan dan produksi kelapa dalam terbesar adalah desa Igal yaitu dengan luas lahan 8.769,63 Ha dan produksi 6.077,22 Ton serta jumlah petani 1.463 (Sumber: Balai Pelaksana Penyuluhan Pertanian WKKP Pelangiran-Mandah 2021).

Permasalahan yang dihadapi petani kelapa dalam di Desa Igal saat ini adalah tidak adanya ketetapan harga dasar dari pemerintah sehingga menyebabkan harga komoditas kelapa yang masih bergantung pada fluktuasi harga kelapa dunia. Sehingga hal demikian memberi peluang bagi pedagang pengumpul dalam menetapkan harga secara sepihak. Kondisi seperti inilah yang pada akhirnya membuat harga yang diterima petani menjadi lebih kecil. Strategi pemasaran bisa dipandang sebagai salah satu dasar dalam menyusun perencanaan secara menyeluruh apalagi dengan banyaknya permasalahan yang dihadapi petani kelapa di desa Igal dalam melakukan kegiatan pemasaran kelapa mereka saat ini, sehingga sangat diperlukan sebuah perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan sebuah pedoman bagi petani dalam mengembangkan hasil pemasaran perkebunan kelapa dalam mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: ⁽¹⁾ Karakteristik petani dan profil usahatani kelapa dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau, ⁽²⁾ Bauran pemasaran kelapa dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau, ⁽³⁾ Faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pemasaran kelapa dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau dan ⁽⁴⁾ Strategi pengembangan pemasaran yang tepat dalam memasarkan kelapa dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau.

TELAAH LITERATUR

Bauran Pemasaran Kelapa Dalam (*Marketing Mix*)

Konsep bauran pemasaran kelapa dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang meliputi produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), lokasi (*Place*), orang atau SDM (*People*), kemasan atau tampilan fisik (*Evidence*) dan proses (*Process*) dengan cara melakukan wawancara kepada petani kelapa dalam di desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir.

Faktor Internal dan Eksternal Yang Mempengaruhi Pemasaran Kelapa Dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah

Analisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran kelapa dalam di desa Igal Kecamatan Mandah dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam melakukan pemasaran hasil panen kelapa milik petani dan pedagang pengumpul baik secara internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta eksternal yang terdiri atas peluang dan ancaman yang selanjutnya dianalisis melalui analisis SWOT.

Strategi Pengembangan Pemasaran Kelapa Dalam

Strategi pengembangan pemasaran kelapa dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir menggunakan metode IFAS dan EFAS sebagai berikut:

Menurut David 2006, terdapat lima tahap dalam penyusunan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) yaitu sebagai berikut:

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
- b) Beri bobot terhadap masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Jumlah pada setiap bobot harus sama yakni 1,0.
- c) Tentukan rating mulai dari satu sampai empat pada masing-masing faktor untuk menentukan apakah faktor tersebut mempunyai tingkat kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), serta kekuatan yang besar (rating = 4).
- d) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score
- e) Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam faktor IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5 jika rata-rata dibawah 2,5 menandakan secara internal petani kelapa lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Potensi dan permasalahan pemasaran kelapa dalam bagi petani dan pedagang pengumpul di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau akan diidentifikasi menggunakan teknik analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Pada umumnya analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran utama yang memiliki strategi yang berbeda untuk masing-masing kuadrannya yakni sebagai berikut:

1. *Kuadran I*

Situasi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan, dimana petani kelapa memiliki peluang dan kekuatan sehingga perusahaan mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan dalam kondisi ini adalah melakukan sebuah pendukung pada kebijakan pertumbuhan yang agresif.

2. *Kuadran II*

Pada situasi ini, petani kelapa mengalami berbagai ancaman. Akan tetapi meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih mempunyai kekuatan dari segi internal. Strategi yang dapat dilakukan dalam kondisi ini yaitu menggunakan peluang-peluang jangka panjang melalui cara diverifikasi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki.

3. *Kuadran III*

Usaha ini menghadapi berbagai peluang pasar yang cukup besar, akan tetapi pada lain pihak, usaha ini menghadapi berbagai kendala atau kelemahan internal. Petani kelapa harus fokus pada strategi memperkecil masalah-masalah internal sehingga bisa memanfaatkan peluang yang lebih baik.

4. *Kuadran IV*

Kuadran ini adalah suatu keadaan yang tidak menguntungkan, dimana usahatani yang dijalankan mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Matrik SWOT

Matrik SWOT pada umumnya mampu menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh petani dalam memasarkan kelapa dalam yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yakni sebagai berikut:

- a) Strategi SO (Strength-Opportunity) Strategi ini adalah gabungan dari faktor internal kekuatan dan faktor eksternal peluang, strategi ini diciptakan berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b) Strategi ST (Strength-Threat) Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini menciptakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari lingkungan luar perusahaan.
- c) Strategi WO (Weakness-Opportunity) Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal kelemahan dan faktor eksternal peluang, strategi ini diciptakan berdasarkan penggunaan peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Strategi WT (Weakness-Threat) Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal kelemahan dan faktor eksternal ancaman.

Bauran Pemasaran

untuk mengetahui seperti apa kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan oleh petani kelapa dalam di desa Igal yang terdiri dari product, harga, promosi, lokasi orang atau SDM, kemasan (tampilan fisik), dan proses menurut dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*) .
3. Promosi (*Promotion*)
4. Lokasi (*Place*)
5. Orang atau SDM (*People*)
6. Kemasan atau Tampilan Fisik (*evidence*)
7. Proses (*Process*).

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa desa Igal merupakan salah satu desa dengan luas lahan dan jumlah produksi kelapa dalam terbesar dari masing-masing desa di Kecamatan Mandah.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani kelapa dalam dan pedagang pengumpul yang terdapat di Desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir. Jumlah populasi petani kelapa dalam yang terdapat di Desa Igal yaitu sebanyak 1.463 jiwa (Sumber: Balai Pelaksana Penyuluhan Pertanian WKKP Pelangiran-Mandah Kabupaten Indragiri Hilir 2020). Adapun untuk penentuan jumlah petani yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus slovin (*Sevilla et al 1960*) yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Batas toleransi kesalahan (15%)

Jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini maka dapat dicari dengan cara sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{1.463}{1 + 1.463 (0,15)^2}$$
$$n = \frac{1.463}{33,9175}$$
$$n = 43,13 \quad \text{atau} \quad n = 43$$

di mana:

- n = ukuran sample
- N= ukuran populasi (1.463 petani) dari desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau.
- e = persen kelonggaran ketidaktekitan karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (15%).

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 43 petani kelapa dalam. Sedangkan sampel pedagang pengumpul dilakukan dengan cara (*Snowball Sampling*) yang berjumlah 5 orang. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini secara keseluruhan berjumlah 48 orang. Adapun untuk melengkapi data dalam penelitian ini, maka diambil informan kunci yaitu penyuluh pertanian berjumlah satu orang yaitu Bapak Dedi Meriyadi, SP.

Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara secara langsung menggunakan daftar pertanyaan/kuesioner pada petani kelapa dalam di Desa Igal. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dari instansi yang terkait. Adapun data yang diperlukan adalah keadaan geografi daerah, penduduk, dan data yang berkaitan untuk kepentingan penelitian ini.

Analisis Data.

Karakteristik Petani dan Profil Usahatani Kelapa Dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah

Karakteristik petani dan pedagang pengumpul serta usahatani akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah tanggungan keluarga. Selanjutnya untuk profil usahatani kelapa dalam meliputi sejarah usaha, bentuk usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani dan Profil Usahatani Kelapa Dalam di Desa Igal Kecamatan Mandah

Umur

Tabel 3. Analisis Tingkat Umur

No	Umur	Petani	%	Pengumpul	%
1	30-37	1	2,22	-	
2	38-45	2	4,44	-	
3	46-53	8	18,60	5	100
4	54-61	18	40,00	-	
5	62-69	14	31,11	-	
Jumlah		43	100	5	100
Rata-Rata Umur		59		61	

Berdasarkan Tabel 3 mengenai karakteristik petani kelapa dalam diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar umur yang dimiliki oleh petani kelapa dalam di desa Igal adalah pada kelompok umur 54-61, yakni berjumlah 18 jiwa atau 40,00%, disusul oleh kelompok umur 62-69 yakni berjumlah 14 jiwa atau 31,11%,kemudian pada kelompok umur 46-53 berjumlah 8 jiwa atau 22,22%, selanjutnya disusul oleh kelompok umur 38-45 berjumlah 2 jiwa atau 4,44%, sedangkan yang terendah berada pada kelompok umur 30-37 yakni berjumlah 1 jiwa atau 2,22%. Sehingga rata-rata dari umur petani yang ada di Desa Igal adalah

pada usia 59 tahun sedangkan pedagang pengumpul memiliki rata-rata umur yakni 61 tahun.

Tingkat Pendidikan

Tabel 4. Analisis Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	petani	%	Pedagang	%
1	12	14	31,11	3	60,00
2	9	9	20,93	2	40,00
3	6	20	46,51	-	
Jumlah		43		5	100
Rata-Rata		9		11	

Dari tabel 4 diatas bahwa jenjang pendidikan petani pada tingkatan SD berjumlah 20 jiwa (44,00%), dan pada tingkatan SLTA atau SMA berjumlah 14 jiwa (20,93%) dan pada tingkat SMP atau SLTP berjumlah 9 jiwa (22,22%). Dan jenjang pendidikan pedagang pengumpul yakni SMA berjumlah 3 jiwa (60,00) dan SLTP atau SMP berjumlah 2 jiwa (40,00%).

Pengalaman Berusaha tani

Tabel 5. Analisis Pengalaman berusaha tani

No	Pengalaman	Petani	%	Pengumpul	%
1	21-25	11	25,58	5	100
2	26-30	14	32,55		
3	31-35	16	37,20		
4	36-40	2	4,65		
Jumlah		43		5	100
Rata-Rata Umur		29		13	

Berdasarkan tabel 5 karakteristik petani kelapa dalam dan pedagang menurut pengalaman berusahatani, dapat disimpulkan bahwa petani dengan tingkat pengalaman paling lama yaitu 36-40 tahun yaitu sebanyak 2 jiwa (4,65%), Selanjutnya diikuti petani dengan tingkat pengalaman 31-35 tahun yakni sebanyak 16 jiwa (37,20%), Kemudian disusul oleh petani dengan tingkat pengalaman 26-30 yakni sebanyak 14 jiwa atau (32,55%) sedangkan petani dengan tingkat pengalaman terendah yakni 21-25 berjumlah 11 jiwa atau (25,58%). Selanjutnya untuk pedagang pengumpul, tingkat pengalaman yang dimiliki hanya berjarak 21-25 tahun yang berjumlah 5 jiwa atau (100%).

Jumlah Tanggungan Keluarga

Tabel 6. Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah tanggungan	Petani	%	Pengumpul	%
----	-------------------	--------	---	-----------	---

1	1-2	15	34,88	-	
2	3-4	21	48,83	5	100
3	5-6	7	16,27	-	
Jumlah		43	100,00	5	100
Rata-Rata Umur		3		4	

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah tanggungan keluarga milik petani kelapa dalam di Desa Igal berjumlah 3 jiwa dan pedagang pengumpul 4 jiwa.

Strategi Pengembangan Pemasaran Kelapa Dalam di Desa Igal

Analisis faktor internal dan eksternal selanjutnya akan diolah dengan matrik SWOT yang disajikan pada Tabel berikut ini.

Tabel 7. Analisis Strategi Pemasaran

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
A	Lokasi pasar mudah dijangkau	0,17	3,78	0,66
B	Memiliki kerjasama dengan pedagang	0,18	3,92	0,71
C	Memiliki alat transportasi sendiri untuk kegiatan pemasaran	0,18	3,84	0,69
Subtotal		0,53		2,06
Kelemahan				
A	Belum ada kketetapan harga dasar dari pemerintah	0,17	3,69	0,63
B	Kurangnya informasi harga yang diterima petani	0,16	3,39	0,53
C	Tidak ada promosi produk	0,14	3,02	0,42
Subtotal		0,47		1,58
Total		1,00		3,65

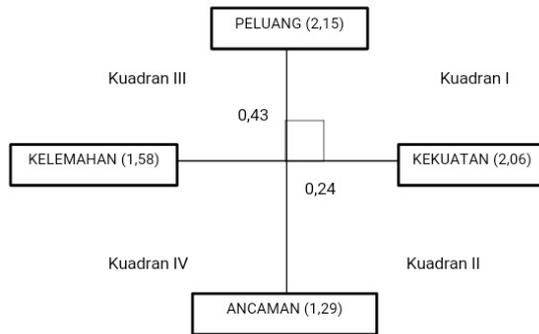
	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
A	Kelapa memiliki produk turunan yang banyak	0,20	3,49	0,71

B	Tingginya permintaan produk kelapa dan turunannya di pasar ekspor	0,21	3,53	0,73
C	Tidaka da promosi produk	0,20	3,49	0,71
Subtotal		0,62		2,15
Ancaman				
A	Lemahnya daya beli penduduk setempat	0,19	3,20	0,60
B	Struktur pasar oligopoli	0,20	3,45	0,69
Subtotal		0,39		1,29
Total		1,00		3,44

Berdasarkan dari kedua Tabel 7 faktor internal dan eksternal diatas dapat dilihat secara kualitatif dan kuantitatif hasil dari analisis SWOT pengembangan pemasaran kelapa dalam di desa Igal Kecamatan Mandah yang dijelaskan sebagai berikut:

- a) Faktor internal pemasaran kelapa dalam dan pedagang pengumpul yang meliputi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*) dapat dilihat bahwa kekuatan adalah 2,06 dan kelemahan adalah 1,58 dan total dari faktor internal adalah 3,65.
- b) Faktor eksternal yang meliputi peluang (*Oppotunities*) dan ancaman (*Threats*) dapat dilihat bahwa nilai peluang adalah 2,15 dan ancaman 1,29 dan total keseluruhan dari faktor eksternal adalah 3,44.

Pada kondisi ini peluang yang baik harus dipertahankan dan meminimalisir ancaman sehingga peluang dalam memasarkan kelapa dalam dapat dicapai. Maka dari itu, dari skor pembobotan diatas selanjutnya diplotkan pada gambar analisis diagram sebagai berikut.



Gambar 1. Kuadrant Matrik SWOT

Analisis SWOT yang didapatkan sebelumnya dapat digunakan sebagai dasar dalam penentuan strategi pemasaran kelapa dalam. Hasil analisis pada matriks SWOT diperoleh koordinat (0,24 : 0,43) yang mana koordinat tersebut terletak pada kuadran I (satu) yaitu strategi SO (*Strength dan Opportunities*). Yaitu dengan strategi mempertahankan kualitas produk demi memberikan kepuasan pada konsumen dan mampu mempertahankan hubungan kerjasama yang baik antara petani dan pedagang serta memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan hasil pemasaran yang dilakukan dengan memasarkan kelapa ke pedagang luar yang menawarkan kelapa dengan harga yang cukup tinggi. Adapun untuk lebih jelas lagi mengenai seperti apa strategi pengembangan pemasaran kelapa dalam yang tepat di desa Igal dapat dilihat dalam matriks SWOT pada Tabel berikut ini:

Tabel 8. Analisis Strategi Pengembangan

Internal	Kekuatan Lokasi pasar mudah dijangkau Petani memiliki kerjasama dengan pedagang Memiliki alat transportasi sendiri untuk kegiatan pemasran	Kelemahan Belum ada ketetapan harga dasar dari pemerintah Kurnagnya informasi harga yang diterima petani Tidak ada promosi produk
Eksternal	Strategi (SO) a) Mempertahankan kualitas produk untuk meberikan kepuasan pada konsumen (S2,O1) b) Membina hubungan yang baik antara petani dan pedagang (S2,O3) c) Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan hasil pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan pedagang luar desa yang	Strategi (WO) a) Produk yang dipasarkan hendaknya terdiri dri berbagai jenis mulai dari kopra, bulat dll agar petani mampu meminimalisir harga (O1,O3,W1) b) Melakukan komunikasi dengan pemerintah untuk mentapkan harga kelapa (O2,W1)
Peluang 1. Produk turunan kelapa banyak 2. Tingginya permintaan produk kelapa dan turunan di pasar ekspor 3. Tingginya minat perusahaan		

mengolah kelapa	menawarkan kelapa dengan harga yang cukup tinggi (S1,O3)	
Ancaman 1. Lemahnya daya beli penduduk setempat 2. Struktur pasar oligopoli	Strategi (ST) a) Melakukan perhitungan yang tepat agar petani mampu meminimalisir harga dan adanya pesaing baru (S2,T2) b) Melakukan perhitungan dan pengawasan yang tepat agar sebisa mungkin mempertahankan kualitas dan jumlah produk yang dipasarkan (S1,T1)	Strategi (WT) a) Melakukan komunikasi yang baik antara petani dan penyuluh pertanian agar memperoleh informasi harga pasar yang sesuai (W1,W2,T2).

Dari Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil analisis matrik SWOT yang menghasilkan sembilan alternatif bagi petani dan pedagang pengumpul kelapa dalam di desa Igal. Adapun alternatif – alternatif yang diperoleh tersebut adalah sebagai berikut:

a) Strategi S-O (*Strength-Opportunities*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan S-O yaitu Mempertahankan kualitas produk demi memberikan kepuasan pada konsumen dan mampu mempertahankan hubungan kerjasama yang baik antara petani dan pedagang serta memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan hasil pemasaran yang dilakukan dengan memasarkan kelapa ke pedagang luar yang menawarkan kelapa dengan harga yang cukup tinggi.

b) Strategi S-T (*Strtength-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi S-T yaitu melakukan perhitungan yang tepat antara petani dan pedagang untuk meminimalisir harga dan adanya pesaing baru dan Melakukan perhitungan dan pengawasan yang tepat agar sebisa mungkin mempertahankan kualitas dan jumlah produk yang dipasarkan.

c) Strategi W-O (*Weaknesess-Opportunities*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi W-O yaitu Produk yang dipasarkan hendaknya terdiri dari berbagai jenis mulai dari kelapa bulat licin, jambul dan kopra agar petani mampu meminimalisi adanya turun naik harga antara pedagang dan perusahaan serta Melakukan komunikasi dengan pemerintah untuk menetapkan harga jual kelapa

d) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan stragei W-T yaitu Membina hubungan yang baik antara petani dan pedagang pengumpul dan Melakukan

kegiatan komunikasi yang baik antara petani dan penyuluh pertanian agar mampu memperoleh informasi harga pasar yang sesuai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai strategi pengembangan pemasaran kelapa dalam di desa Igal Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau, maka dapat diambil kesimpulan bahwa.

1. Rata-rata petani berada pada usia yang produktif yaitu 59 tahun dan pedagang pengumpul 61 tahun sedangkan tingkat pendidikan petani yakni 9 tahun dan pedagang pengumpul 13 tahun, pengalaman berusahatani rata-rata 29 tahun dan pedagang pengumpul 13 tahun, jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata 3 jiwa dan pedagang pengumpul 4 jiwa, profil usahatani dari segi sejarah usahatani sudah dilakukan secara turun temurun dari orang tua terdahulu hingga saat ini, selanjutnya bentuk usaha yang ditekuni oleh petani ataupun pedagang pengumpul kelapa dalam di desa Igal merupakan usaha perseorangan yang berskala kecil dengan luas lahan 0-0,9 Ha berjumlah 24 jiwa, 1-2 Ha 17 jiwa dan 3-4 Ha berjumlah 2 jiwa dengan rata-rata umur tanaman 20,34 tahun serta dengan rata-rata penerimaan petani untuk sekali produksi berjumlah Rp 4.805.046 dan jumlah produksi sebanyak 80 Ton dengan kapasitas muatan kapal pedagang pengumpul rata-rata 119 Ton. Selanjutnya rata-rata modal yang digunakan oleh petani kelapa dalam untuk kegiatan usahatannya yaitu 262.000 dan rata-rata modal yang digunakan pedagang pengumpul yaitu 4.338.000 yang merupakan modal milik sendiri. Adapun tenaga kerja yang digunakan oleh petani kelapa dalam di Desa Igal merupakan tenaga kerja dalam keluarga mulai dari pembersihan lahan, pemanenan dan pemasaran dikarenakan biaya upah tenaga kerja yang tidak sesuai dengan hasil produksi bagi petani (*Cost of Production*).
2. Hasil analisa bauran pemasaran yang dilakukan terdapat dua poin yang harus dimanfaatkan petani yaitu (1) produk, pada poin ini sebaiknya petani terus mempertahankan kualitas produk yang mereka pasarkan ke pedagang pengumpul demi mendapatkan hasil pemasaran yang maksimal dan mampu mempertahankan hubungan kerjasama yang baik antara petani dan pedagang. (2) selanjutnya pada poin kedua yaitu lokasi. Lokasi yang strategis dan tersedianya pedagang diluar desa yang menawarkan kelapa dengan berbagai jenis tampilan dan harga yang cukup tinggi akan membantu petani untuk meningkatkan hasil pendapatan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan pedagang diluar dan didalam desa.
3. Berdasarkan indikator faktor internal dapat dilihat bahwa jumlah bobot nilai untuk faktor kekuatan berjumlah 2,06 dan nilai bobot pada faktor kelemahan berjumlah 1,58. Sehingga bisa dikatakan bahwa nilai bobot pada faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan nilai bobot pada kelemahan. Begitupula dengan indikator faktor eksternal, nilai bobot pada peluang yakni 2,15 dan ancaman 1,29. Pada kondisi semacam ini peluang yang baik harus mampu dipertahankan dan dimanfaatkan oleh petani.
4. Analisis SWOT dalam kuadran penentuan strategi pengembangan pemasaran kelapa dalam hasilnya diperoleh koordinat (0,24 : 0,43) yang mana koordinat tersebut terletak pada kuadran I yaitu strategi SO (*Strength dan Opportunities*).

Adapun salah satu alternatif strategi yang sebaiknya petani kembangkan dalam tahap ini adalah memanfaatkan lokasi yang strategis dengan memanfaatkan pedagang pengumpul diluar desa yang menampung kelapa dengan harga yang cukup tinggi sehingga petani tidak hanya menggantungkan hidupnya dengan pedagang pengumpul didalam desa yang hanya memudahkan proses transaksi pinjam meminjam sebelum hasil panen tiba sementara petani terus mendapatkan pemotongan harga saat proses pemasaran dikarenakan adanya utang piutang sehingga dalam hal ini sangat merugikan banyak petani.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan tersedianya lokasi yang strategis diharapkan petani mampu memanfaatkan pedagang pengumpul di luar dan didalam desa yang menawarkan kelapa dengan harga yang cukup tinggi.
2. Bagi pedagang pengumpul desa, diharapkan agar mampu membantu petani untuk meningkatkan nilai perekonomian keluarganya dengan menjalin hubungan kerjasama yang baik antara petani dan pedagang.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan agar adanya kegiatan pendidikan non formal baik untuk petani ataupun pedagang seperti program pelatihan dan penyuluhan agar dalam memasarkan kelapa petani mampu meminimalisir harga dan adanya pesaing baru serta mampu menerapkan strategi yang tepat dalam kegiatan pemasaran.
4. Bagi pembaca terkait dengan penelitian ini agar pembaca lebih memahami hasil penelitian ini dan menjadi rujukan apabila pembaca akan membuat usaha strategi pengembangan pemasaran kelapa dalam tersebut.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (BPS) Pekanbaru, 2020. Pekanbaru Dalam Angka., Pekanbaru
- Balai Pelaksana Penyuluhan Pertanian 2020, WKKP Pelangiran-Mandah Kabupaten Indragiri Hilir
- David 2006. Manajemen Strategis. Edisi ke 5. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Fauziah, R.A. 2016. Analsis Bauran Pemasaran Pada Usaha Batu Bata Merah Desa Karanglegi Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati (*Doctoral Disertation*), Skripsi UIN Walisongo (Publikasi).
- Penyuluhan Pertanian WKKP Pelangiran-Mandah 2021).
- Sevilla Counselo, G., et al. 1960. Pengantar Metode Penelitian. Terjemahan Alimuddin Tuwu, 1993