

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Kentang (*Solanum tuberosum* L.) Berkelanjutan pada Kawasan Agropolitan Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara

Bambang Hermanto¹, Sri Wahyuni², Suci Asri Munawari³, Bambang Pujiono⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia

Penulis Korespondensi : bambanghermanto@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan kawasan agropolitan merupakan salah satu pendekatan pembangunan pertanian yang diarahkan untuk meningkatkan daya saing komoditas pertanian, memperkuat sistem agribisnis, serta meningkatkan kesejahteraan petani secara berkelanjutan. Kabupaten Simalungun merupakan salah satu sentra produksi kentang di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan pertanian berbasis kawasan. Namun demikian, berbagai kendala pemasaran, keterbatasan modal, fluktuasi harga, serta rendahnya akses terhadap sarana produksi masih menjadi faktor penghambat peningkatan pendapatan petani. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan pendapatan petani kentang melalui identifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan pendekatan SWOT. Penelitian dilaksanakan pada empat kecamatan sentra produksi kentang di Kabupaten Simalungun, yaitu Kecamatan Silimakuta, Pematang Silimahuta, Purba, dan Dolok Silou. Sebanyak 200 responden dipilih menggunakan teknik proportional sampling. Data dianalisis menggunakan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kekuatan (Strength) sebesar 1,806 lebih tinggi dibandingkan kelemahan (Weakness) sebesar 1,103, sedangkan peluang (Opportunity) sebesar 1,765 lebih tinggi dibandingkan ancaman (Threat) sebesar 1,220. Kombinasi nilai tersebut menghasilkan strategi Strength–Opportunity (SO) sebagai strategi prioritas dengan skor tertinggi sebesar 3,571. Faktor kekuatan utama adalah tingginya permintaan pasar terhadap kentang, sedangkan peluang terbesar berasal dari penggunaan bibit unggul yang mampu meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan meliputi optimalisasi pemanfaatan lahan, peningkatan penggunaan benih unggul, penguatan kelembagaan petani, peningkatan akses terhadap sarana produksi, pengembangan jaringan pemasaran, serta dukungan kebijakan pemerintah dalam menciptakan sistem agribisnis kentang yang berkelanjutan. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing komoditas kentang sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun.

Kata kunci: SWOT, IFAS, EFAS, pemasaran, kentang, agropolitan, pendapatan petani.

ABSTRACT

The development of agropolitan areas is an important strategy for strengthening agricultural competitiveness through integrated agribusiness development and sustainable rural economic growth. Simalungun Regency, North Sumatra Province, is one of the major potato-producing regions with significant potential to support sustainable agricultural development. However, several constraints, including limited marketing access, unstable market prices, insufficient capital, and restricted availability of agricultural inputs, continue to reduce farmers' income. This study aimed to formulate an appropriate marketing strategy for improving potato farmers' income through SWOT analysis. The research was conducted in four major potato-producing districts, namely Silimakuta, Pematang Silimahuta, Purba, and Dolok Silou. A total of 200 respondents were selected using proportional sampling techniques. Internal and external strategic factors were analyzed using the Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), and SWOT matrix. The results indicated that the strength score (1.806) exceeded the weakness score (1.103), while opportunity (1.765) was greater than threat (1.220). The highest strategic priority was the Strength–Opportunity (SO) strategy with a total score of 3.571. High market demand for potatoes was identified as the primary internal strength, whereas the use of superior seed varieties represented the greatest external opportunity.

Therefore, recommended strategies include optimizing land utilization, increasing the adoption of superior seed varieties, strengthening farmer institutions, improving access to agricultural inputs, expanding marketing networks, and enhancing government support to develop sustainable potato agribusiness systems. These strategies are expected to improve farmers' competitiveness and increase income sustainably within the agropolitan region of Simalungun Regency.

Keywords: SWOT analysis, potato farming, marketing strategy, agropolitan, farmers' income.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena memiliki peran penting dalam penyediaan pangan, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Di banyak wilayah, termasuk Sumatera Utara, pertanian menjadi sumber pendapatan utama rumah tangga sehingga peningkatan produktivitas dan efisiensi pemasaran menjadi faktor penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah. Pengembangan sektor pertanian saat ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi, tetapi juga diarahkan pada penguatan sistem agribisnis yang mampu menciptakan nilai tambah, meningkatkan daya saing produk, dan memperkuat posisi tawar petani di pasar. Konsep pengembangan kawasan agropolitan dikembangkan sebagai pendekatan pembangunan wilayah yang mengintegrasikan kegiatan budidaya, pengolahan hasil pertanian, distribusi, pemasaran, serta penyediaan berbagai layanan pendukung dalam satu sistem yang saling terhubung. Pendekatan ini bertujuan menciptakan pertumbuhan ekonomi berbasis pertanian yang berkelanjutan, mengurangi kesenjangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan, serta memperlambat arus urbanisasi melalui peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat pedesaan. Dalam implementasinya, pengembangan kawasan agropolitan memerlukan sinergi antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan sehingga pembangunan pertanian dapat berlangsung secara berkelanjutan. Kabupaten Simalungun merupakan salah satu wilayah

pengembangan agropolitan di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki potensi besar dalam pengembangan hortikultura dataran tinggi, khususnya komoditas kentang (*Solanum tuberosum* L.). Kondisi agroklimat, kesesuaian lahan, serta pengalaman masyarakat dalam budidaya kentang menjadikan wilayah ini sebagai salah satu sentra produksi kentang yang penting. Meskipun demikian, peningkatan produksi belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan pendapatan petani karena masih terdapat berbagai kendala pada aspek pemasaran, seperti fluktuasi harga, keterbatasan akses pasar, lemahnya kelembagaan petani, keterbatasan modal usaha, dan tingginya biaya produksi. Hasil identifikasi pada laporan penelitian menunjukkan bahwa petani kentang di Kabupaten Simalungun memiliki beberapa kekuatan, antara lain tingginya permintaan pasar terhadap kentang, tersedianya lahan yang masih cukup luas, kemampuan komoditas kentang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, serta kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja. Di sisi lain, masih terdapat berbagai kelemahan yang memerlukan perhatian, seperti hasil produksi yang belum optimal, keterbatasan modal usaha, kesulitan memperoleh benih unggul, tingginya penggunaan pestisida, dan produktivitas tenaga kerja yang belum maksimal. Selain faktor internal tersebut, lingkungan eksternal juga memberikan peluang berupa meningkatnya permintaan pasar, berkembangnya penggunaan benih unggul, dan meningkatnya kebutuhan terhadap komoditas kentang, namun juga menghadirkan ancaman berupa kenaikan harga pupuk, keterbatasan sarana produksi,

masuknya produk impor, degradasi lahan akibat penggunaan pestisida berlebihan, serta ketidakstabilan harga jual kentang.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu strategi pemasaran yang mampu memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal sekaligus meminimalkan berbagai kelemahan dan ancaman yang dihadapi petani. Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam penyusunan strategi pembangunan sektor pertanian karena mampu mengintegrasikan faktor internal dan eksternal secara sistematis melalui penyusunan matriks IFAS dan EFAS. Pendekatan ini memungkinkan penentuan strategi prioritas yang sesuai dengan kondisi riil wilayah penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran usahatani kentang serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan pendapatan petani kentang secara berkelanjutan di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar dalam penyusunan kebijakan pengembangan agribisnis kentang serta memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah daerah, penyuluh pertanian, dan pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing komoditas kentang di tingkat regional maupun nasional.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di empat kecamatan sentra produksi kentang di Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara, yaitu Kecamatan Silimakuta, Kecamatan Pematang Silimahuta, Kecamatan Purba, dan Kecamatan Dolok Silou. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive karena wilayah tersebut merupakan kawasan agropolitan

dengan produksi kentang yang tinggi. Penelitian dilaksanakan selama periode Maret 2023 hingga Agustus 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh petani kentang yang berada pada empat kecamatan lokasi penelitian dengan jumlah sebanyak 800 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Cochran sehingga diperoleh sebanyak 200 responden. Selanjutnya dilakukan alokasi sampel secara proporsional pada setiap kecamatan sebagai berikut:

Kecamatan	Populasi	Sampel
Silimakuta	164	41
Pematang Silimahuta	250	62
Purba	238	60
Dolok Silou	148	37
Total	800	200

Pembagian sampel secara proporsional bertujuan agar setiap kecamatan memperoleh representasi sesuai proporsi jumlah petani kentang yang ada.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung menggunakan kuesioner kepada petani kentang, sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun, serta berbagai dokumen yang berkaitan dengan pembangunan kawasan agropolitan dan pengembangan komoditas kentang.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

Observasi lapangan, untuk memperoleh gambaran kondisi usahatani kentang.

Wawancara, menggunakan kuesioner terstruktur kepada petani sebagai responden penelitian.

Dokumentasi, berupa data produksi kentang, luas lahan, kondisi sosial ekonomi, dan berbagai dokumen pendukung lainnya.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat dengan kategori Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebanyak 200 petani menjadi responden penelitian. Karakteristik responden meliputi umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman bertani.

Umur Responden

Mayoritas responden berada pada kelompok umur produktif, yaitu 51–60 tahun sebanyak 42,5%, diikuti kelompok umur 41–50 tahun sebesar 32%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usahatani kentang masih didominasi oleh petani yang telah memiliki pengalaman panjang dalam budidaya kentang.

Tingkat Pendidikan

Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMP (47%), kemudian SD (15%), SMA (47 orang), Diploma (10 orang), Sarjana (15 orang), dan Master (2 orang). Tingkat pendidikan ini berpengaruh terhadap

kemampuan petani dalam menerima inovasi teknologi dan menerapkan strategi pemasaran.

Pengalaman Bertani

Sebagian besar responden memiliki pengalaman bertani selama 5–10 tahun (42,5%), sedangkan 36,5% telah bertani selama 11–20 tahun. Pengalaman tersebut menjadi modal penting dalam pengambilan keputusan usahatani dan pengelolaan pemasaran hasil panen.

Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki petani kentang.

Kekuatan (Strength)

Lima kekuatan utama yang diperoleh dari hasil penelitian adalah:

Tingginya permintaan pasar terhadap kentang.

Kentang mampu meningkatkan pendapatan petani.

Ketersediaan pupuk dan pestisida.

Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Lahan produksi masih tersedia cukup luas.

Kelemahan (Weakness)

Kelemahan utama meliputi:

Produksi belum maksimal.

Penggunaan pestisida masih tinggi.

Sulit memperoleh benih unggul.

Modal petani terbatas.

Produktivitas tenaga kerja masih rendah.

Analisis Faktor Eksternal

Peluang (Opportunity)

Peluang utama yang dapat dimanfaatkan petani adalah:

Penggunaan benih unggul mampu meningkatkan pendapatan.

Kentang merupakan komoditas pangan penting.

Ketersediaan pupuk dan pestisida.

Meningkatkan kesempatan kerja.

Permintaan pasar yang terus meningkat.

Ancaman (Threat)

Ancaman utama meliputi:

Keterbatasan sarana produksi.

Harga pupuk yang meningkat.

Persaingan kentang impor.

Degradasi lahan akibat penggunaan pestisida.

Fluktuasi harga kentang.

Analisis IFAS

Hasil analisis IFAS menunjukkan bahwa total skor kekuatan mencapai 1,806, sedangkan total skor kelemahan sebesar 1,103. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor internal petani kentang masih didominasi oleh kekuatan dibandingkan kelemahan sehingga memiliki modal yang cukup baik dalam pengembangan usahatani.

Analisis EFAS

Analisis EFAS menunjukkan bahwa peluang memiliki skor sebesar 1,765, sedangkan ancaman memperoleh skor 1,220. Nilai tersebut menunjukkan bahwa lingkungan eksternal masih memberikan peluang yang lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi petani kentang.

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS diperoleh nilai strategi sebagai berikut.

Strategi	Nilai
SO	3,571
ST	3,026
WO	2,868
WT	2,323

Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi Strength–Opportunity (SO) merupakan strategi yang paling tepat untuk diterapkan karena memiliki skor tertinggi. Strategi ini menekankan pemanfaatan seluruh kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar sehingga mampu meningkatkan pendapatan petani kentang secara berkelanjutan. Identifikasi faktor internal yang terdiri atas kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses). Identifikasi faktor eksternal yang terdiri atas peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats). Penyusunan Internal Factor Analysis Summary (IFAS).

Penyusunan External Factor Analysis Summary (EFAS). Penyusunan Matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT.

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang paling sesuai dalam meningkatkan pendapatan petani kentang secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal dalam Peningkatan Pendapatan Petani Kentang

Hasil analisis faktor internal menunjukkan bahwa nilai total faktor kekuatan (Strength) sebesar 1,806 lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan (Weakness) sebesar 1,103. Kondisi ini menunjukkan bahwa usahatani kentang di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun memiliki modal internal yang relatif kuat untuk mendukung peningkatan pendapatan petani. Kekuatan utama yang teridentifikasi adalah tingginya permintaan pasar terhadap komoditas kentang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kentang masih menjadi salah satu komoditas hortikultura yang memiliki prospek ekonomi tinggi. Tingginya permintaan pasar memberikan peluang bagi petani untuk meningkatkan

volume produksi maupun kualitas hasil panen sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Selain itu, keberadaan lahan pertanian yang masih tersedia serta kemampuan usahatani kentang dalam menyerap tenaga kerja menjadi indikator bahwa sektor ini memiliki kontribusi penting terhadap pembangunan ekonomi pedesaan. Ketersediaan pupuk dan pestisida juga diidentifikasi sebagai salah satu faktor pendukung dalam kegiatan budidaya. Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan pestisida dalam jumlah besar sekaligus menjadi salah satu kelemahan utama. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sistem budidaya kentang masih sangat bergantung pada input kimia, yang berpotensi meningkatkan biaya produksi serta menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan apabila tidak dikelola secara bijaksana. Kelemahan lain yang cukup dominan adalah hasil produksi yang belum maksimal, keterbatasan modal usaha, kesulitan memperoleh benih unggul, dan produktivitas tenaga kerja yang masih rendah. Keempat faktor tersebut saling berkaitan. Keterbatasan modal menyebabkan petani sulit memperoleh benih berkualitas maupun sarana produksi dalam jumlah yang memadai. Akibatnya produktivitas tanaman belum mencapai potensi optimal sehingga pendapatan petani juga belum maksimal. Berdasarkan hasil penelitian, kondisi tersebut menjadi salah satu penyebab perlunya strategi penguatan kelembagaan petani dan peningkatan akses terhadap sumber pembiayaan. Dengan demikian, hasil analisis IFAS menunjukkan bahwa pengembangan usahatani kentang di Kabupaten Simalungun masih memiliki kapasitas internal yang cukup baik. Namun, peningkatan pendapatan petani memerlukan upaya untuk mengurangi berbagai kelemahan melalui peningkatan

produktivitas, penyediaan benih unggul, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan akses permodalan.

Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa nilai peluang (Opportunity) sebesar 1,765 lebih tinggi dibandingkan nilai ancaman (Threat) sebesar 1,220. Hasil ini mengindikasikan bahwa lingkungan eksternal masih memberikan prospek yang baik bagi pengembangan usahatani kentang di Kabupaten Simalungun. Peluang terbesar berasal dari penggunaan benih unggul yang dinilai mampu meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani. Selain itu, kentang merupakan salah satu komoditas pangan penting yang memiliki permintaan pasar relatif tinggi sehingga berpotensi memberikan keuntungan ekonomi apabila didukung oleh sistem pemasaran yang efektif. Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap produk hortikultura juga membuka peluang bagi petani untuk memperluas jaringan pemasaran maupun meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Di sisi lain, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa ancaman yang berpotensi menghambat pengembangan usahatani kentang. Ancaman terbesar adalah keterbatasan sarana produksi berupa benih, pupuk, dan pestisida. Selain itu, kenaikan harga pupuk, fluktuasi harga kentang, masuknya produk impor, serta degradasi lahan akibat penggunaan pestisida secara berlebihan merupakan tantangan yang harus diantisipasi. Keberadaan ancaman tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan petani tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan petani dalam memproduksi, tetapi juga oleh faktor-faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, stabilitas harga, serta ketersediaan sarana produksi. Oleh karena itu, strategi pemasaran perlu disusun dengan

mempertimbangkan dinamika pasar sekaligus memperkuat daya saing komoditas kentang.

Analisis Strategi Berdasarkan Matriks IFAS dan EFAS .Hasil analisis matriks IFAS dan EFAS menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu strategi Strength–Opportunity (SO), Strength–Threat (ST), Weakness–Opportunity (WO), dan Weakness–Threat (WT). Nilai strategi SO sebesar 3,571, lebih tinggi dibandingkan strategi ST (3,026), WO (2,868), dan WT (2,323). Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi SO merupakan strategi yang paling tepat diterapkan dalam pengembangan usahatani kentang di Kabupaten Simalungun. Dominannya strategi SO menunjukkan bahwa kondisi internal petani relatif kuat dan masih didukung oleh peluang eksternal yang besar. Dengan demikian, pengembangan usahatani kentang sebaiknya difokuskan pada pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar yang tersedia. Pendekatan ini sejalan dengan konsep strategi agresif dalam analisis SWOT, yaitu memaksimalkan keunggulan internal untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari lingkungan eksternal. Dalam konteks penelitian ini, kekuatan berupa tingginya permintaan pasar, ketersediaan lahan, dan kemampuan komoditas kentang meningkatkan pendapatan dapat dipadukan dengan peluang berupa penggunaan benih unggul dan meningkatnya kebutuhan pasar terhadap kentang.

Implikasi Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Pendapatan Petani

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pemasaran yang direkomendasikan diarahkan pada penguatan seluruh komponen sistem agribisnis kentang. Strategi tersebut

meliputi peningkatan penggunaan benih unggul, optimalisasi pemanfaatan lahan pertanian, penguatan kelembagaan petani, peningkatan akses terhadap sarana produksi, serta pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas. Rekomendasi ini sejalan dengan hasil analisis matriks SWOT pada laporan penelitian yang menempatkan strategi SO sebagai prioritas utama. Optimalisasi penggunaan benih unggul diperkirakan mampu meningkatkan produktivitas tanaman sehingga produksi dapat memenuhi permintaan pasar yang tinggi. Di sisi lain, penguatan kelembagaan petani berpotensi meningkatkan posisi tawar petani dalam memperoleh sarana produksi, akses pembiayaan, dan pemasaran hasil panen. Strategi ini juga dapat memperkuat koordinasi antarpelaku agribisnis sehingga distribusi produk menjadi lebih efisien. Selain aspek produksi, peningkatan kualitas pemasaran juga perlu menjadi perhatian utama. Pengembangan kemitraan dengan pedagang, industri pengolahan, maupun lembaga pemasaran dapat membantu mengurangi ketergantungan petani terhadap tengkulak dan meningkatkan stabilitas harga jual. Dengan demikian, peningkatan pendapatan petani tidak hanya bergantung pada besarnya produksi, tetapi juga pada efisiensi sistem pemasaran dan kemampuan petani dalam mengakses pasar yang lebih menguntungkan.

Sintesis Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usahatani kentang di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun memiliki prospek yang baik karena didukung oleh kondisi internal yang kuat dan peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancaman. Nilai IFAS sebesar 2,909 (Strength 1,806 +

Weakness 1,103) dan EFAS sebesar 2,985 (Opportunity 1,765 + Threat 1,220) menggambarkan bahwa lingkungan internal dan eksternal masih mendukung pengembangan komoditas kentang. Temuan ini mengarah pada strategi pengembangan yang berorientasi pada pertumbuhan melalui pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Oleh karena itu, peningkatan produktivitas, penguatan kelembagaan petani, peningkatan akses terhadap sarana produksi, dan pengembangan sistem pemasaran menjadi langkah strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan petani kentang secara berkelanjutan di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun.

KESIMPULAN

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan petani kentang di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan hasil analisis SWOT, kondisi internal usahatani kentang masih didominasi oleh faktor kekuatan dibandingkan kelemahan. Nilai faktor kekuatan (Strength) sebesar **1,806** lebih tinggi dibandingkan nilai kelemahan (Weakness) sebesar **1,103**, yang menunjukkan bahwa petani memiliki modal internal yang cukup baik untuk mengembangkan usahatani kentang secara berkelanjutan. Kekuatan utama yang dimiliki meliputi tingginya permintaan pasar terhadap komoditas kentang, kemampuan komoditas kentang dalam meningkatkan pendapatan petani, tersedianya lahan yang cukup luas, serta kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja. Di sisi lain, beberapa kelemahan yang masih perlu diperbaiki adalah produktivitas yang belum optimal, keterbatasan modal usaha, kesulitan memperoleh benih unggul, tingginya penggunaan pestisida, dan rendahnya produktivitas tenaga kerja.
2. Analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang pengembangan usahatani kentang masih lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Nilai peluang (Opportunity) sebesar **1,765** lebih tinggi dibandingkan nilai ancaman (Threat) sebesar **1,220**. Peluang utama berasal dari meningkatnya permintaan pasar, penggunaan benih unggul, serta peran kentang sebagai komoditas hortikultura yang bernilai ekonomi tinggi. Sebaliknya, ancaman yang perlu diantisipasi meliputi kenaikan harga pupuk, keterbatasan sarana produksi, fluktuasi harga kentang, masuknya produk impor, dan degradasi lahan akibat penggunaan pestisida yang berlebihan.
3. Hasil penyusunan matriks SWOT menunjukkan bahwa strategi **Strength–Opportunity (SO)** merupakan strategi yang paling tepat untuk diterapkan dengan skor **3,571**, lebih tinggi dibandingkan strategi ST (3,026), WO (2,868), dan WT (2,323). Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usahatani kentang sebaiknya diarahkan pada pemanfaatan seluruh kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia. Strategi tersebut meliputi peningkatan penggunaan benih unggul, optimalisasi pemanfaatan lahan, penguatan kelembagaan petani, peningkatan akses terhadap sarana produksi, pengembangan jaringan pemasaran, serta dukungan kebijakan pemerintah dalam menciptakan sistem agribisnis kentang yang lebih

efisien dan berkelanjutan. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, daya saing, dan pendapatan petani kentang di kawasan agropolitan Kabupaten Simalungun.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Simalungun dalam Angka 2023*. BPS Kabupaten Simalungun.

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2023). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2023*. BPS Provinsi Sumatera Utara.

Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun. (2023). *Laporan Produksi Tanaman Hortikultura Kabupaten Simalungun Tahun 2023*. Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun.

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Soekartawi. (2016). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Umar, H. (2019). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.