

Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Komoditas Jeruk Manis Menggunakan Analisis SWOT

Analysis of Marketing Development Strategies for Sweet Oranges Using SWOT Analysis

Nur Haliza, Andi Saskya Ramadani, Kurniah, *Campina Illa Prihantini, Hasbiadi, Yuli Purbaningsih

Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Submit: 21 Januari 2026

Accepted: 12 Februari 2026

Published: 08 Juli 2026

KEYWORD:

Strategi Pemasaran,
Jeruk Manis,
Analisis SWOT,
IFAS EFAS.

DOI:

[10.64118/aj.v3i2.155](https://doi.org/10.64118/aj.v3i2.155)

Hal: 129-138

*Author Correspondent:

Email:

campinailla26@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pemasaran yang efektif dengan memetakan posisi strategis usaha tani melalui analisis faktor internal dan eksternal. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan instrument analisis matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Data diperoleh melalui teknik observasi dan penilaian responden ahli (expert judgement) yang merepresentasikan kondisi aktual di lapangan. Hasil identifikasi pada matriks IFAS menunjukkan bahwa kekuatan dominan yang dimiliki adalah cita rasa produk yang khas dan manis (skor jumlah 12), sementara kelemahan utama yang menghambat adalah tingginya biaya input produksi (skor jumlah 11) dari sisi eksternal, matriks EFAS mengidentifikasi bahwa peluang pasar yang terbuka lebar dan stabilitas harga (skor jumlah 12) menjadi keunggulan kompetitif, meskipun terdapat ancaman serius dari dominasi penetrasi jeruk luar daerah ke pasar lokal (skor jumlah 11). Berdasarkan integrasi kedua matriks tersebut, strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah pengoptimalan keunggulan ras dan kualitas bibit untuk melakukan penetrasi pasar yang lebih luas. Hal ini mencakup penguatan kelembagaan petani dan pemanfaatan media pemasaran digital guna memotong rantai distribusi, meningkatkan posisi tawar, serta meminimalisir ketergantungan pada pengepul.

ABSTRACT

This research aims to formulate an effective marketing development strategy by mapping the strategic position of the citrus farming business through internal and external factor analysis instruments of IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices. Data were obtained through observation techniques and expert judgement assessment representing actual conditions in the field. The identification results in the IFAS matrix show that the dominant strength is the unique and sweet flavor of the product (total score 12), while the main weakness hindering it is high production input cost (total score 11). From the external side, the EFAS matrix identifies that wide-open market opportunities and price stability (total score 12) are competitive advantages, despite the serious threat from the dominance of orange penetration from outside the region into local markets (total score 11). Based on the integration of these two matrices, the recommended development strategy is the optimization of superior varieties and seedling quality to achieve wider market penetration. This includes strengthening farmer institutions and utilizing digital marketing media to cut distribution chains, increase bargaining positions, and minimize dependence on collectors.

How to Cite:

Haliza, N., Ramadani, A. S., Kurniah, Prihantini, C. I., Hasbiadi, & Purbaningsih, Y. (2026). Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Komoditas Jeruk Manis Menggunakan Analisis SWOT di Desa Duriasih, Kecamatan Wonggeduku, Kabupaten Konawe. *Agrimics Journal*, 3(2), 129-138. <https://doi.org/10.64118/aj.v3i2.155>.



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dengan kekayaan alam dan keanekaragaman hayati yang layak, dimana sektor pertanian memiliki potensi untuk berkembang dan berperan penting dalam perekonomian. Hal ini sesuai dengan besarnya jumlah penduduk Indonesia yang tinggal dan bekerja di sektor ini. Jumlah penduduk yang mencari nafkah dari pertanian tidak sebanyak produk pertanian nasional (Yamin, 2021). Meskipun potensi pertanian berkelanjutan di Indonesia sangat besar, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala, petani skala kecil sering terbatas oleh akses teknologi, modal, dan pelatihan (Aprielita & Marvio, 2025).

Sektor pertanian, khususnya hortikultura, memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah. salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi besar adalah jeruk manis sebagai tanaman buah yang banyak di konsumsi Masyarakat (Winarso dkk., 2022). Tingginya permintaan terhadap jeruk menjadikan komoditas ini memiliki peluang pasar yang luas, termasuk Desa Duriasih, Kecamatan Wonggeduku, Kabupaten Konawe (Sari & Budiman, 2023). Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, sebagian besar petani jeruk manis di Desa Duriasih tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panennya. Hal ini disebabkan karena produk jeruk manis umumnya langsung dijual kepada pengepul. Sehingga proses distribusi menjadi lebih mudah dan cepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang berjalan saat ini *relative* lancar dan tidak menghadapi hambatan yang berarti. Namun demikian sistem pemasaran yang bergantung kepada pengepul juga dapat menjadi perhatian dalam pengembangan jangka panjang. Ketergantungan tersebut berpotensi membatasi akses petani dalam penentuan harga. Selain itu peluang pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran alternatif juga belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih mendalam terkait strategi pengembangan pemasaran komoditas jeruk manis. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT yang mengkaji faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dalam sistem pemasaran yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada budidaya jeruk dalam meningkatkan pendapatan. Penelitian ini selain dianalisis menggunakan deskriptif kualitatif juga menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman di lingkungan eksternal maupun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki lingkungan internal perusahaan. Analisis SWOT dilakukan melalui matriks IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) yang menguraikan faktor-faktor kekuatan terbesar dan kelemahan budaya jeruk dan matriks EFAS (*Internal Factory Analisis Summary*) yang menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman dalam budidaya jeruk (Dewi, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan *instrument* analisis matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Penelitian dilaksanakan di Desa Duriasih, Kecamatan Wonggeduku, Kabupaten Konawe. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu sentra produksi jeruk manis. Jenis data dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung di lapangan kepada responden, yaitu petani jeruk manis serta pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, dan literatur lain yang relevan dengan penelitian. Teknik pengambilan *sample* menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden yang dipilih merupakan pihak yang memiliki ketertarikan langsung dengan kegiatan produksi dan pemasaran komoditas jeruk manis.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden dipilih karena memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan secara langsung dalam kegiatan budidaya maupun pemasaran komoditas jeruk manis. Selain itu, responden juga merupakan pihak yang memahami kondisi pengembangan pemasaran jeruk manis di lokasi penelitian serta bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 3 orang, yang terdiri atas 1 orang petani jeruk manis, 1 orang penyuluh pertanian, dan 1 orang dosen agribisnis. Penyuluh dipilih karena bertanggung jawab di wilayah penelitian dan memiliki pemahaman mengenai budidaya serta pemasaran jeruk manis. Petani dipilih karena merupakan satu-satunya petani jeruk manis yang memenuhi kriteria sebagai responden di lokasi penelitian. Sementara itu, dosen dipilih karena memiliki kompetensi di bidang agribisnis yang sesuai dengan topik penelitian dan bersedia menjadi informan. Ketiga responden tersebut berperan sebagai informan kunci dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dianalisis menggunakan matriks IFAS, EFAS, dan SWOT.

Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan dianalisis dengan teknik statistik atau perhitungan matematis. Tujuannya untuk mengukur suatu fenomena secara objektif dan menghasilkan kesimpulan yang dapat diuji. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa kata-kata, pendapat, hasil observasi, atau wawancara untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena secara mendalam. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk uraian atau deskripsi.

Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). *Strength* (Kekuatan): keunggulan atau potensi yang dimiliki usaha sehingga dapat bersaing, misalnya kualitas jeruk yang baik atau penggunaan bibit unggul. *Weaknesses* (Kelemahan): keterbatasan atau kekurangan yang dapat menghambat perkembangan usaha, seperti keterbatasan modal atau tingginya biaya produksi. *Opportunities* (Peluang): kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha, misalnya permintaan pasar yang tinggi atau dukungan pemerintah. *Threats* (Ancaman): kondisi eksternal yang berpotensi menghambat atau merugikan usaha, seperti persaingan, serangan hama dan penyakit, atau perubahan iklim.

Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal yang memengaruhi pengembangan pemasaran komoditas jeruk manis. Faktor internal tersebut terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Setiap faktor diberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingannya dan rating berdasarkan kondisi aktual di lapangan. Nilai bobot dikalikan dengan rating untuk memperoleh skor tertimbang, kemudian seluruh skor dijumlahkan untuk mengetahui posisi kekuatan dan kelemahan internal yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan pemasaran. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang mempengaruhi pemasaran komoditas jeruk manis. Hasil analisis SWOT digunakan sebagai dasar dalam merumuskan pengembangan strategi pemasaran. Matrik SWOT merupakan *matcing tool* yang penting untuk membantu mengembangkan pemasaran komoditas jeruk manis (Sasmita dkk., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 3 jenis responden, petani, penyuluh pertanian, dan akademisi (dosen). Dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan dalam pengembangan pemasaran komoditas jeruk manis. Responden terdiri atas 1 orang penyuluh pertanian, 1 orang petani jeruk manis, dan 1 orang dosen di bidang agribisnis. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga responden dipilih berdasarkan kompetensi dan keterkaitannya dengan tujuan penelitian, bukan berdasarkan jumlah. 1 orang penyuluh dipilih karena merupakan penyuluh

yang bertanggung jawab di wilayah penelitian dan memiliki pengetahuan yang memadai mengenai kondisi budidaya serta pemasaran jeruk manis. Petani dipilih sebanyak 1 orang karena di lokasi penelitian hanya terdapat satu petani yang membudidayakan komoditas jeruk manis dan memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Oleh karena itu, petani tersebut dijadikan sebagai informan kunci karena memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai kegiatan budidaya serta pemasaran jeruk manis di Desa Duriasih. Dosen dipilih sebanyak 1 orang karena merupakan dosen yang memiliki keahlian dan bidang keilmuan yang sesuai dengan topik penelitian serta bersedia menjadi informan dalam penelitian ini. Ketiga responden tersebut berperan sebagai informan kunci (*key informants*) dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dianalisis menggunakan matriks IFAS, EFAS, dan SWOT.

Perspektif Petani

Berdasarkan hasil wawancara bapak Haji Aboande diketahui bahwa sistem pemasaran jeruk manis di Desa Duriasih dilakukan melalui pengepul, di mana petani menjual langsung hasil panen kepada pengepul yang kemudian mendistribusikannya ke pedagang kecil hingga sampai ke konsumen akhir, dengan harga jual berkisar Rp7.000/kg yang cenderung tidak stabil karena mengikuti kondisi pasar dan ditentukan oleh pengepul. Dari aspek produksi, petani menggunakan *input* seperti pupuk urea dan peralatan sederhana berupa parang, tangka semprot, serta keranjang, sementara proses budidaya masih dilakukan secara tradisional dengan tenaga kerja terbatas, di mana kendala yang dihadapi meliputi serangan hama, keterbatasan air, serta kualitas buah yang belum seragam sehingga berpengaruh terhadap jumlah dan kualitas hasil panen. Jika di analisis lebih lanjut, sistem pemasaran melalui pengepul memberikan kemudahan bagi petani dalam menjual hasil panen tanpa harus mencari pasar sendiri, namun kondisi ini juga menunjukkan adanya ketergantungan yang cukup tinggi terhadap pengepul terutama dalam penentuan harga, sehingga posisi tawar petani menjadi relatif rendah dan akses terhadap pasar yang lebih luas masih terbatas. Dalam kerangka analisis SWOT, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan pemasaran dan tingginya permintaan pasar menjadi kekuatan utama, sedangkan ketergantungan terhadap pengepul, kualitas produk yang belum seragam, serta keterbatasan sarana produksi menjadi kelemahan, sementara peluang yang dapat dimanfaatkan media digital, serta diiringi dengan upaya peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani jeruk manis di Desa Duriasih, diketahui bahwa kegiatan pemasaran hasil produksi masih dilakukan melalui pengepul. Petani memilih menjual hasil panen kepada pengepul karena proses pemasaran dinilai lebih mudah dan praktis dibandingkan harus mencari konsumen secara langsung. Harga jual jeruk manis yang diterima petani berada pada kisaran Rp7.000/kg dan dapat mengalami perubahan sesuai dengan kondisi pasar. Ketergantungan terhadap pengepul menyebabkan petani memiliki keterbatasan dalam menentukan harga jual hasil produksinya. Meskipun demikian, keberadaan kegiatan produksi jeruk manis menjadi salah satu potensi yang dapat dikembangkan untuk mendukung peningkatan pendapatan petani. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan pemasaran perlu diarahkan pada upaya memperluas akses pasar dan meningkatkan posisi tawar petani.

Perspektif Penyuluh

Berdasarkan hasil wawancara dengan penyuluh petani Rezky Anugrah, usaha jeruk manis di wilayah binaan tergolong memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan, dengan luas lahan sekitar 12 hektare serta harga yang *relative* menguntungkan bagi petani sehingga mendorong keberlanjutan usaha. Dalam kegiatan budidaya, petani telah menggunakan *input* seperti pupuk dan pestisida serta peralatan sederhana, namun efisiensi penggunaannya masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan anjuran teknis, kondisi ini juga sejalan dengan hasil yang ditemukan pada petani yang masih menerapkan metode tradisional dengan tenaga kerja terbatas.

Di sisi pemasaran petani masih menjual hasil panen kepada pengepul sehingga sistem pemasaran belum berkembang secara mandiri, yang menunjukkan kesamaan dengan hasil penelitian pada petani serta adanya ketergantungan dalam penentuan harga. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan komoditas jeruk manis terletak pada harga *relative* terjamin dan tingkat serangan hama yang rendah, sedangkan kelemahan meliputi ketergantungan terhadap pengepul dan keterbatasan dalam pengelolaan produksi dengan peluang pengembangan yang cukup besar karena permintaan pasar yang tinggi serta ancaman berupa fluktuasi harga, kondisi cuaca, dan persaingan pasar.

Strategi yang dapat dilakukan meliputi peningkatan perawatan tanaman secara efektif tanpa penanaman tumpang tindih serta pengembangan sistem pemasaran yang lebih luas, dimana penyuluh berperan sebagai pendamping dan pemberi masukan kepada petani dalam meningkatkan produksi dan pemasaran jeruk manis. Berdasarkan hasil wawancara dengan penyuluh pertanian, diketahui bahwa komoditas jeruk manis di Desa Duriasih memiliki potensi untuk dikembangkan, baik dari sisi produksi maupun pemasaran. Penyuluh memiliki peran dalam memberikan pendampingan dan informasi kepada petani terkait kegiatan budidaya serta pemasaran hasil produksi. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat kendala yang berkaitan dengan pemasaran, terutama keterbatasan akses petani terhadap pasar yang lebih luas. Petani juga masih memiliki ketergantungan terhadap pengepul dalam memasarkan hasil panen. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya peningkatan pendampingan kepada petani, khususnya dalam memperoleh informasi pasar dan mengembangkan saluran pemasaran alternatif. Dengan adanya penguatan peran penyuluh dan akses pasar, peluang pengembangan pemasaran jeruk manis dapat lebih dioptimalkan.

Menurut Suaedi dkk. (2021), peran penyuluh pertanian dalam pengembangan komoditas jeruk manis sangat penting, terutama dalam memberikan pendampingan, informasi, serta masukan kepada petani terkait teknik budidaya dan pemasaran. Petani juga berperan dalam meningkatkan kemampuan petani agar lebih efektif dalam mengelola usaha tani dan menghadapi berbagai kendala produksi maupun pemasaran. Hal ini sejalan dengan temuan Prihatini & Handayani (2023) mengenai pentingnya pendampingan kelembagaan di tingkat lokal. Hal ini sejalan dengan penelitian khairunnisa (2021) yang menyatakan bahwa penyuluh pertanian memiliki peran strategis dalam membantu petani meningkatkan produksi usaha tani dan kesejahteraan petani.

Perspektif Dosen (Para Ahli)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dr. Ir. Musadia Afa, M.P., selaku akademisi dibidang pertanian, komoditas jeruk manis dinilai memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan baik dari sisi produksi maupun pemasaran. Menurut beliau, jeruk manis memiliki kualitas rasa yang baik dan mampu bersaing dengan produk luar daerah, didukung oleh kondisi lahan dan iklim yang sesuai dengan budidaya sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan petani. Dalam aspek produksi, peningkatan hasil panen dipengaruhi oleh penggunaan teknologi budaya yang tepat, pengelolaan lahan yang baik, serta perawatan tanaman secara optimal. Penggunaan pupuk, pengendalian hama, dan pemeliharaan tanaman perlu dilakukan secara efektif agar kualitas buah tetap terjaga. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam pengembangan produksi jeruk manis seperti serangan hama dan penyakit tanaman, perubahan musim, serta keterbatasan modal petani dalam mengembangkan usaha tani. Dari sisi pemasaran, menurut Dr. Ir. Musadia Afa, M.P., kualitas produk menjadi faktor penting yang harus diperhatikan karena sangat mempengaruhi nilai jual jeruk manis di pasaran. Selain proses budidaya, kualitas produk juga dipengaruhi oleh penanganan pascapanen, sistem distribusi, dan kondisi transportasi dari produsen ke pasar maupun ke konsumen. Saran transportasi yang baik dinilai penting untuk menjaga kualitas buah selama proses pemasaran sehingga dapat mengurangi resiko kerusakan produk. Selain itu kemasan produk juga memiliki peranan penting dalam menjaga mutu jeruk manis selama proses pengangkutan. Pengemasan yang baik dapat menghindari benturan fisik selama perjalanan menuju pasar sehingga kualitas buah tetap terjaga hingga sampai ke tangan konsumen. Kemasan yang menarik juga dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta memberikan nilai tambah

terhadap produk jeruk manis. Beliau menjelaskan bahwa sistem pemasaran perlu didukung manajemen distribusi yang efektif agar proses penyaluran hasil panen dari produsen ke pasar dapat berjalan lancar. Kondisi infrastruktur dan akses transportasi yang memadai akan membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing komoditas jeruk manis di pasaran. Oleh karena itu strategi pengembangan yang dapat dilakukan meliputi meningkatkan keterampilan petani, perbaikan manajemen usaha tani, serta pengembangan sistem pemasaran yang lebih efektif dan terorganisir.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dr. Ir. Musadia Afa, M.P., selaku akademisi, diketahui bahwa komoditas jeruk manis memiliki faktor internal dan eksternal yang perlu diperhatikan dalam pengembangannya. Faktor kekuatan meliputi cita rasa jeruk yang baik serta kondisi lahan dan iklim yang sesuai untuk budidaya, sedangkan kelemahannya meliputi keterbatasan modal petani, penerapan teknologi budidaya yang belum optimal, penanganan pascapanen yang masih kurang baik, sistem pemasaran yang masih sederhana, serta ketergantungan terhadap jalur distribusi tertentu. Dari sisi eksternal, peluang pengembangan meliputi meningkatnya permintaan pasar, penerapan teknologi pertanian, perbaikan sistem distribusi, penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Sementara itu, ancaman yang perlu diantisipasi meliputi persaingan dengan produk jeruk dari luar daerah, perubahan kondisi cuaca, serangan hama dan penyakit, risiko kerusakan selama distribusi, serta fluktuasi harga pasar.

Analisis SWOT berdasarkan perspektif akademisi (dosen) yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan Dr. Ir. Musadia Afa, M.P., menunjukkan bahwa komoditas jeruk manis memiliki berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya. Dari sisi kekuatan, komoditas jeruk manis memiliki cita rasa yang baik, didukung oleh kondisi lahan dan iklim yang sesuai untuk budidaya. Selain itu, peluang pasar masih terbuka luas karena kualitas jeruk manis dinilai mampu bersaing dengan produk dari luar daerah sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan petani. Di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan yang masih menjadi kendala dalam pengembangan komoditas ini. Keterbatasan modal yang dimiliki petani menyebabkan penerapan teknologi budidaya belum dilakukan secara optimal. Selain itu, penanganan pascapanen masih kurang baik sehingga dapat memengaruhi kualitas produk. Sistem pemasaran yang masih sederhana serta ketergantungan pada jalur distribusi tertentu juga menjadi hambatan dalam memperluas pemasaran jeruk manis.

Berdasarkan faktor eksternal, komoditas jeruk manis memiliki peluang yang cukup besar untuk terus dikembangkan. Meningkatnya permintaan pasar terhadap buah segar menjadi peluang utama bagi petani. Peluang tersebut dapat didukung melalui penerapan teknologi pertanian, perbaikan sistem distribusi, pengembangan kemasan produk yang lebih menarik, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran guna meningkatkan nilai jual produk. Namun demikian, pengembangan komoditas jeruk manis juga menghadapi beberapa ancaman. Persaingan dengan produk jeruk dari luar daerah, perubahan kondisi cuaca yang tidak menentu, serta serangan hama dan penyakit tanaman dapat memengaruhi hasil produksi. Selain itu, risiko kerusakan produk selama proses distribusi akibat sarana transportasi yang belum memadai dan fluktuasi harga pasar menjadi tantangan yang perlu diantisipasi agar pendapatan petani tetap stabil.

Penyusunan Matrik IFE dan EFE

Menurut Fatmawati dkk. (2021) identifikasi faktor strategis dilakukan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal dalam pengembangan usaha jeruk manis. Hasil evaluasi faktor-faktor tersebut diringkas dalam tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Strategic Analysis Summary*) berikut ini:

Tabel 1
Matriks IFE

No	Faktor Kunci Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a×b)
<i>Kekuatan (Strengths):</i>				
1	Cita rasa khas & manis (jeruk china)	0,27	4	1,09
2	Produksi stabil di segala musim	0,25	3,67	0,91
3	Produktivitas tinggi (20kg/pohon)	0,22	3,33	0,75
4	Penggunaan bibit unggul	0,25	3,67	0,91
	Jumlah	1,00		3,69
<i>Kelemahan (Weaknesses):</i>				
1	Biaya <i>input</i> (pupuk/pestisida tinggi)	0,26	3,67	0,98
2	Manajemen perawatan tumpeng tindh	0,24	3,33	0,81
3	Keterbatasan modal dan teknologi	0,24	3,33	0,81
4	Lemahnya kelembagaan petani	0,24	3,33	0,81
	Jumlah	1,00		3,42

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 2
Matriks EFE

No.	Faktor Kunci Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a×b)
<i>Peluang (Opportunities):</i>				
1	Pasar sangat terbuka lebar	0,35	4,00	1,41
2	Harga jual stabil & menguntungkan	0,35	4,00	1,41
3	Potensi lahan pengembangan luas	0,29	3,33	0,98
	Jumlah	1,00		3,80
<i>Ancaman (Threats):</i>				
1	Dominasi jeruk luar daerah (sulsel)	0,37	3,67	1,35
2	Masalah logistic & kerusakan fisik)	0,33	3,33	1,11
3	Ririko serangan hama penyakit	0,30	3,33	1,00
	Jumlah	1,00		3,46

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Analisis Posisi Strategis

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2, diperoleh total skor kekuatan sebesar 3,69 dan total kelemahan sebesar 3,42. Hal ini menunjukkan bahwa secara internal, kekuatan yang dimiliki mampu mengatasi kelemahan yang ada dengan selisih positif sebesar 0,27. Faktor kekuatan yang paling dominan adalah cita rasa jeruk yang khas dan manis dengan skor 1,09. Pada tabel 3, hasil evaluasi faktor eksternal menunjukkan skor peluang sebesar 3,80 dan skor ancaman sebesar 3,46. Hal ini mengindikasikan bahwa peluang yang tersedia di pasar jauh lebih besar di dibandingkan ancaman yang dihadapi, dengan selisih 0,34. Peluang utama terletak pada dasar yang terbuka lebar serta stabilitas harga jual. Secara keseluruhan, analisis SWOT ini menempatkan posisi strategis pada kuadran 1 (strategi agresif). Posisi ini menandakan sesuatu yang sangat menguntungkan dimana organisasi memiliki kekuatan internal yang cukup memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal. Fokus utama dalam kondisi ini adalah terus melakukan pengembangan dan ekspansi pasar guna mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Tabel 3
Matriks IE

		Total Nilai Matriks IFE		
		Kuat (3,0-4,0)	Rata-Rata (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
Total Nilai Matriks EFE	Tinggi (3,0-4,0)	I (3,55;3,69)	II	III
	Sedang (2,0-2,99)	IV	V	VI
	Rendah (1,0-1,9)	VII	VIII	IX

Sumber: Data Primer Diolah 2026

Tabel 4
Matriks SWOT

Internal Eksternal		
	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	1. Cita rasa khas & manis.	1. Biaya <i>input</i> tinggi
	2. Produksi stabil segala musim	2. Manajemen perawatan kurang
	3. Produktifitas tinggi	3. Keterbatasan modal
	4. Penggunaan bibit unggul	4. Lemahnya kelembagaan petani
Ancaman (T)	Strategi SO	Strategi WO
	1. Meningkatkan produksi untuk mengisi pasar yang luas dengan kualitas rasa manis	1. Mencari bantuan modal untuk menekan biaya <i>input</i> agar keuntungan maksimal
	2. Memanfaatkan bibit unggul untuk perluasan lahan	2. Memperkuat kelompok tani agar akses pasar lebih merata
	3. Memanfaatkan potensi lahan yang masih luas untuk meningkatkan produksi jeruk manis dengan menggunakan bibit unggul dan menjaga kualitas produk agar mampu memenuhi permintaan pasar.	3. Mengoptimalkan pemanfaatan lahan melalui dukungan modal dan pembinaan teknis kepada petani.
	Strategi ST	Strategi WT
	1. Branding jeruk lokal yang manis untuk bersaing dengan jeruk luar	1. Kerjasama logistik kolektif untuk mengurangi risiko kerusakan fisik
	2. Menjaga stok tetap stabil untuk mengatasi kendala distribusi	2. Pelatihan perawatan bersama untuk menekan biaya dan hama
	3. Meningkatkan penerapan budidaya yang baik serta pengendalian hama dan penyakit secara terpadu untuk menjaga kualitas dan produktivitas jeruk manis.	3. Meningkatkan kemampuan petani melalui penyuluhan dan pelatihan mengenai pengendalian hama dan penyakit tanaman.

Sumber: Data Primer Diolah 2026

Matriks SWOT

SWOT merupakan alat analisis yang menyusun alternatif-alternatif strategi dengan melakukan sinkronisasi antara faktor internal (kekuatan dan kelebihan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam sebuah matriks. Sinkronisasi faktor internal dan eksternal bertujuan menghasilkan strategi yang relevan dan dapat diterapkan pada pengembangan jeruk manis. Pada analisis SWOT digunakan untuk mengatasi kelemahan dan mengambil keuntungan dari setiap peluang dengan menghapus semua ancaman sehingga diperoleh alternatif strategi (Prabowo & Lestari, 2023). Rumusan SWOT disajikan pada matriks SWOT (tabel 4).

Melalui perumusan matriks SWOT yang telah dilakukan, diperoleh serangkaian alternatif strategi yang kemudian dikonsolidasikan menurut keselarasan visi dan arah pengembangan usahanya. Penggabungan rumusan ini melahirkan beberapa poin strategi utama yang dinilai paling adaptif untuk diimplementasikan pada komoditas jeruk, dengan mempertimbangkan kesiapan internal sekaligus dinamika eksternal lingkungan usaha.

Adapun hasil rekonstruksi strategi dalam pengembangan usaha tani jeruk dirinci sebagai berikut:

- a. Strategi 1: Penguatan produksi dan pemanfaatan bibit unggul secara berkelanjutan.
Strategi ini bertujuan meningkatkan hasil produksi melalui penggunaan bibit unggul yang berkualitas dan tahan terhadap hama maupun perubahan iklim. Selain itu, dilakukan penerapan teknik budidaya yang baik agar produktivitas tetap tinggi tanpa merusak lingkungan. Pemanfaatan bibit unggul secara berkelanjutan akan membantu petani memperoleh hasil panen yang lebih banyak, berkualitas, dan konsisten.
- b. Strategi 2: Pengembangan *branding* produk lokal dan perluasan jangkauan pasar.
Strategi ini berfokus pada peningkatan nilai jual produk melalui pembentukan identitas atau merek (*branding*) yang menarik. Produk lokal dikemas dengan lebih baik, memiliki label yang jelas, dan dipromosikan melalui media sosial maupun platform digital. Selain itu, pemasaran diperluas ke pasar modern, toko ritel, maupun pasar luar daerah sehingga peluang penjualan semakin besar.
- c. Strategi 3: Penguatan kelembagaan kelompok tani dan kerja sama logistik kolektif.
Strategi ini bertujuan meningkatkan kapasitas kelompok tani sebagai wadah kerjasama antarpetani. Dengan kelembagaan yang kuat, petani lebih mudah memperoleh informasi, akses bantuan, pelatihan, dan pembiayaan. Kerjasama logistik kolektif, seperti pengadaan sarana produksi dan distribusi hasil panen secara bersama, juga dapat menekan biaya dan meningkatkan efisiensi.
- d. Strategi 4: Peningkatan efisiensi biaya *input* dan pengolahan budidaya terpadu.
Strategi ini dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan *input* produksi, seperti benih, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja agar lebih hemat namun tetap efektif. Selain itu, penerapan sistem budidaya terpadu, misalnya menggabungkan tanaman dengan peternakan atau pemanfaatan limbah menjadi pupuk organik, dapat mengurangi biaya produksi sekaligus meningkatkan produktivitas usaha tani.
- e. Strategi 5: Peningkatan kualitas manajemen perawatan dan penanganan risiko hama penyakit.
Strategi ini menekankan pentingnya perawatan tanaman yang terjadwal dan sesuai dengan kebutuhan tanaman. Petani juga perlu menerapkan pengendalian hama dan penyakit secara terpadu melalui pemantauan rutin, penggunaan varietas tahan, sanitasi lahan, serta penggunaan pestisida secara bijaksana. Dengan manajemen yang baik, risiko kerugian akibat serangan hama dan penyakit dapat diminimalkan sehingga hasil panen tetap optimal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pemasaran jeruk manis di Desa Duriasih berada pada posisi agresif, dimana kekuatan utama berupa cita rasa khas dan manis serta penggunaan bibit unggul (skor 12) menjadi modal dasar untuk memanfaatkan peluang pasar yang terbuka lebar dan harga jual yang stabil (skor 12). Meskipun usaha tani masih menghadapi kendala internal berupa tingginya biaya *input* produksi (skor 11) serta ancaman dari dominasi jeruk luar daerah (skor 11), posisi strategis yang dimiliki memungkinkan petani untuk melakukan penetrasi pasar secara lebih luas. Oleh karena itu, fokus strategi yang harus diambil adalah mengoptimalkan kualitas produk yang unggul untuk memperkuat posisi tawar dan daya saing pasar, guna meminimalisir ketergantungan pada rantai pemasaran tradisional yang ada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprielita, A., & Marvio, F. R. (2025). Sustainable Agriculture in Indonesia: A Review Article on Strategies, Challenges, and Opportunities from a Scientific Perspective. *Jurnal Biologi Tropis*, 25(4b), 47-52. <https://doi.org/10.29303/jbt.v25i4b.10386>.
- Dewi, D. C. (2024). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Budidaya Jeruk di Desa Langur Indah Kec. Dempo Utara. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 241-264. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.607>.
- Fatmawati, F., Taridala, S. A., & Multazam, M. (2021). Formulasi Alternatif Strategi Pengembangan Komoditas Hortikultura Menggunakan Matriks Internal dan Eksternal SWOT. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 14(2), 115-128.
- Prabowo, A., & Lestari, D. P. (2023). Sinkronisasi Faktor Internal dan Eksternal dalam Matriks SWOT sebagai Alat Perumusan Strategi Kompetitif Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 24(1), 45-56.
- Prihatini, R., & Handayani, T. (2023). Karakterisasi Morfologis dan Hubungan Kekerabatan Genetik pada Beberapa Kultivar Jeruk (*citrus spp*) Komersial. *Jurnal Vegetalika*, 12(3), 180-192.
- Sari, D. P., & Budiman, A. (2023). Analisis Potensi Pasar dan Pengembangan Komoditas Buah-Buahan Unggulan Lokal di Tingkat Kecamatan. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi*, 8(1), 45-54.
- Sasmita, Y., Prihantini, C. I., Nursalam, M., & Darwis. (2022). Analisis Strategi Pengembangan dengan Analisis SWOT sebagai Kawasan Wisata Unggulan Daerah (Studi Kasus Kawasan Wisata Jumiang Kabupaten Pamekasan. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1), 319-335. <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v8i1.6710>.
- Suaedi, S., Sumardjo, S., & Fatchiya, A. (2021). Peran Penyuluh Pertanian dalam Peningkatan Kapasitas dan Kemandirian Petani Jeruk dalam Mengelola Usaha Tani. *Jurnal Penyuluhan*, 7(1), 32-44. <https://doi.org/10.32520/jupel.v7i3.4256>.
- Winarso, B., Sayaka, B., & Hestina, J. (2022). Analisis Potensi dan Kontribusi Ekonomi Komoditas Hortikultura Unggulan terhadap Pendapatan Daerah. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 13(2), 104-115.
- Yamin, M. (2021). Kontribusi Sektor Pertanian terhadap Perekonomian Nasional dan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(3), 745-756.