



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI SEMANGKA DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING AGRIBISNIS**

Maria Agustina Dua Nona¹; Fiator Nong,SP.,M.Si²; Sarlina Noni,S.Pt.,M.Agb³

Universitas Nusa Nipa, Indonesia

*Corresponding author E-mail: duanona1980@gmail.com; fiatornong28@gmail.com;
sarlinanoni72@gmail.com

DOI : 10.30605/biogenerasi.v11i1.8094

Accepted : 28 januari 2026 Approved : 19 februari 2026 Published : 20 Februari 2026

Abstract

Watermelon farming is a horticultural commodity with high economic value and strong market potential. This study aims to analyze the development strategy of watermelon farming to enhance agribusiness competitiveness at the Practice Garden of the Faculty of Food Technology, Agriculture and Fisheries, Universitas Nusa Nipa. The research method used is descriptive qualitative with a SWOT analysis approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The results show that the business position is in quadrant I (SO), indicating strong internal strengths and external opportunities. Recommended strategies include utilizing fertile land, skilled labor, applying cultivation technology, and strengthening marketing to improve agribusiness competitiveness.

Keywords : *development strategy, watermelon, agribusiness, competitiveness, SWOT*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang perekonomiannya ditopang oleh sektor pertanian. Hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase penduduk Indonesia yang bekerja pada sektor pertanian yang dapat dilihat dari sumber pendapatan dan status pekerjaan rumah tangga pertanian Indonesia (Handayani et al., 2021). Pembangunan pertanian Indonesia menjadi prioritas dan sektor utama dalam pembangunan ekonomi nasional yang bertujuan untuk meningkatkan produksi. Peningkatan produksi ini dalam rangka menuju swasembada, meningkatkan kesempatan kerja serta taraf hidup masyarakat (Diana, 2022). Pasaribu, Ali Musa (dalam Serli Febrina Wahidiyanti 2022), Pembangunan sektor pertanian identik dengan pembanguan ekonomi secara nasional, sektor pertanian tidak identik dengan Kementerian Pertanian, namun identik dengan sistem agribisnis.

Agribisnis merupakan sektor ekonomi terbesar dan paling penting dalam perekonomian Indonesia. Lebih dari 75% tenaga kerja nasional terlibat dalam sektor ini, termasuk 21,3 juta usaha kecil skala rumah tangga. Jika dihitung, sekitar 80% populasi nasional bergantung pada sektor agribisnis. (Arifin Arsyad Biba dalam Diva Fitri Salsa Carolina 2024). Oleh karena itu, perkembangan agribisnis menjadi urgensi untuk mendorong kemajuan ekonomi negara terlebih di Indonesia yang notabene nya adalah negara agraris. Agribisnis harus mengacu pada semua aktivitas baik dari pengadaan sarana produksi, proses produksi, pengolahan hasil produksi hingga sampai kepada penyaluran hasil usaha tani. Agribisnis mencakup pengembangan pasar, kualitas, investasi, permodalan, kelembagaan, infrastruktur, teknologi, informasi dan sumber daya manusia. (Suwignyo Widagdo dan Emy Kholifah Rachmaningsih,2024).

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyediaan pangan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi besar adalah semangka. Semangka memiliki siklus panen yang relatif singkat, nilai jual tinggi, serta permintaan pasar yang stabil sepanjang tahun.

Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan,

Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa menjadi lokasi strategis dalam pengembangan usahatani semangka karena memiliki kondisi lahan yang subur dan dekat dengan pasar. Oleh karena itu diperlukan strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan daya saing agribisnis semangka.

Sektor pertanian merupakan salah satu penopang utama perekonomian Indonesia, di mana pembangunan pertanian identik dengan sistem agribisnis. Agribisnis mencakup aktivitas dari pengadaan sarana produksi hingga pemasaran, yang melibatkan sekitar 80% populasi nasional. Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah buah-buahan, termasuk semangka (*Citrullus vulgaris*), yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat.

Provinsi Nusa Tenggara Timur adalah salah satu sentra produksi semangka di Indonesia. Data pada pusat statistik (BPS) menunjukan produksi semangka di NTT pada mulai tahun 2022 sampai pada tahun 2024 menunjukan bawah aktivitas pertanian semangka terberlangsung , dimana pada angka produksi 1.841 ton ,namun pada tahun 2023 produksi semangka menurun pada angka 1.588 ton,ditahun 2024 produksi semangka meningkat menjadi 3.240 ton. Produksi semangka di NTT mengalami flukstasi dalam tiga tahun terakhir ,dengan lonjakan tajam pada angka tahun 2024. Kabupaten Sikka propinsi NTT , produksi semangka pada tahun 2024 menurut badan pusat statistik tahun 2024 , sebanyak 2,92 ton.

Kecamatan Alok termasuk salah satu Kecamatan yang ada di Kabupate Sikka yang dimana pada daerah ini terdapat kebun pratek universitas nusa nipa. Kebun pratek merupakan lahan dimana mahasiswa pertanian universitas nusa nipa fakultas teknologi pangan, pertanian dan perikanan melakukan kegiatan pratek – pratek budidaya atau usahatani,kebun ini juga menjadi tempat kegiatan pk1 mau pun magang untuk mahasiswa pertanian agroteknologi dan agribisnis. Kebun pratek salah satu wilayah yang sangat strategis sebagai pusat pengembangan usahatni samangka karena memiliki lahan pertanian yang sangat subur dan dekat dengan pasar. Proses produksi

dibidang pertanian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Dalam upaya pengembangan usahatani, maka diperlukan kemampuan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada. Budidaya tanaman semangka di kebun praktek universitas nusa nipa merupakan satu contoh bagi masyarakat kabupaten sikka sehingga perlu adanya strategi pengembangan. Strategi pengembangan merupakan upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan bisnis baik internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan mau pun eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.

Namun, pengembangan usaha tani ini menghadapi tantangan internal dan eksternal, sehingga diperlukan perumusan strategi yang tepat. Strategi pengembangan bisnis diperlukan untuk menentukan arah perusahaan dan mengambil keputusan yang tepat guna menghadapi ancaman serta memanfaatkan peluang. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis semangka dalam meningkatkan daya saing di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa.

METODE

Kegiatan magang di laksanakan di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. Waktu pelaksanaan selam 3 bulan yaitu dimulai dari 15 September s/d 16 Desember 2025.

Responden dalam penelitian ini terdiri atas petani semangka yang mengelola lahan di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere serta konsumen semangka yang membeli dan mengonsumsi semangka hasil produksi kebun praktek tersebut. Penentuan jumlah responden didasarkan pada keterwakilan informasi yang dibutuhkan dalam analisis strategi pemasaran semangka.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani semangka dan konsumen semangka menggunakan kuesioner terstruktur, serta melalui observasi langsung terhadap aktivitas produksi dan pemasaran semangka di lokasi penelitian. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber

pendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan usahatani semangka.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi produksi dan pemasaran semangka secara langsung, wawancara digunakan untuk memperoleh informasi terkait faktor internal dan eksternal pemasaran semangka, sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung dari instansi terkait.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang memengaruhi pemasaran semangka. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut disusun ke dalam matriks IFAS dan EFAS untuk menentukan posisi strategi pemasaran dan merumuskan alternatif strategi yang tepat bagi pengembangan pemasaran semangka di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere.

HASIL PENELITIAN

Kegiatan magang ini dilaksanakan di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. lokasi tersebut merupakan salah satu kebun penghasil tanaman hortikultura Jenis tanaman hortikultura yang dibudidayakan yaitu : semangka, bawang merah, sawi pakcoy, sawi hijau, kangkung, terong, jagung, kacang panjang, sawi bungkus, semangka. Lokasi kebun praktek berada di Kelurahan Kota Uneng Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka dengan luas lahan secara keseluruhan adalah 2,5 ha.

Adapun kegiatan yang dilaksanakan selama magang adalah kegiatan budidaya tanaman semangka yaitu : Kegiatan pemeliharaan tanaman semangka merupakan tahap krusial dalam budidaya untuk memastikan pertumbuhan optimal dan hasil panen yang maksimal. Proses ini dimulai dengan penyiraman rutin untuk menjaga kelembaban tanah, yang biasanya dilakukan

pagi atau sore hari. Penyiraman dilakukan dua hari sekali tergantung cuaca. Selanjutnya, penyiangan gulma dilakukan secara berkala setiap 1 – 2 minggu untuk mencegah persaingan nutrisi dan ruang, dengan menggunakan alat tofa yang efektif untuk membersihkan area sekitar batang tanaman tanpa merusak akar. Adapun kegiatan pemasangan ajir, yang terbuat dari bambu. Air di pasang saat tanaman semangka mencapai tinggi 20-30 cm dilakukan untuk memberikan dukungan struktural pada tanaman semangka yang cenderung merambat, dengan pengikatan di lakukan secara longgar untuk ,memungkinkan pertumbuhan batang, diikuti dengan pengikatan batang menggunakan tali untuk mencegah kerusakan akibat angin atau beban buah. Dengan pemeliharaan yang baik, tanaman semangka dapat menghasilkan buah yang sehat dan berkualitas tinggi.

Kegiatan panen dan pasca panen tanaman semangka melibatkan serangkaian langkah untuk memastikan buah yang dipanen tetap segar dan siap dipasarkan. Umur panen tanaman semangka biasanya mencapai 70-100 hari setelah tanam, tergantung varietas dan kondisi lingkungan, dengan tanda kematangan seperti warna merah cerah dan tekstur buah yang keras namun lentur. Benih yang digunakan adalah benih dengan varietas Servo F1, yang dikenal tahan terhadap penyakit dan memiliki produktivitas tinggi, sehingga meminimalkan risiko kegagalan panen. Kegiatan pemanenan dilakukan secara manual

dengan menggunakan tangan untuk menghindari kerusakan buah, dimulai dari pagi hari saat suhu masih rendah guna mempertahankan kesegaran. Buah semangka yang sudah matang. Setelah di panen semangka di pasarkan ke pasar alok. Semangka di ambil oleh tengkulak dengan harga Rp. 25.000,00 – Rp. 30.000,00 perkilo.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan faktor internal dari petani menggambarkan keadaan dan kondisi status reponden dalam kegiatan usaha yang dijalankan. Reponden dalam penelitian ini adalah petani semangka dan konsumen yang membeli hasil pertanian di kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere. Adapun identitas responden dalam penelitian ini meliputi kelompok umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman kerja.

Umur Responden

Umur merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu usaha. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh jumlah responden berdasarkan kelompok umur pada tabel . Tabel ini Menunjukkan bahwa jumlah responden berada pada kisaran umur 42–52 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 60%. Rentang umur tersebut masih tergolong usia produktif, sehingga usaha pemasaran semangka dapat dilakukan dengan baik karena didukung oleh kemampuan fisik dan pengalaman responden.

Table 1 Tabel presentase jumlah responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase(%)
1	SD	2	13,3
2	SMP	3	20
3	SMA	9	60
4	S1/S2	1	6,7
Jumlah total		15	40

Tingkat Pendidikan Informan

Tingkat pendidikan informan dilihat dari sampai mana mereka bersekolah. Jumlah tingkat responden menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel . Tabel ini menunjukan bahwa tingkat pendidikan responden dimana sebanyak 20,00% berpendidikan SD dan SMP. Pendidikan responden berpengaruh pada adopsi teknologi dan penentuan keputusan pemasaran produksinya. Dengan tingkat pendidikan diharapkan mampu mengembangkan dan menentukan kemana hasil produksinya dijual sehingga memberikan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunities, Threath)

Pemasaran semangka di pengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal. Pada tahap ini di lakukan penyamaan pemahaman terhadap faktor-faktor yang masuk dalam faktor internal maupun eksternal. Untuk pemasaran semangka, faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan

merupakan faktor-faktor yang ada dalam lingkungan perusahaan sedangkan yang masuk dalam faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor yang berada di luar lingkungan pemasaran semangka. Analisis SWOT dilakukan setelah menganalisis faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) pada pemasaran semangka. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Eksternal (EFAS). Matriks Internal (IFAS) dapat di lihat pada tabel.

Table 2 MATRIKS FAKTOR INTERNAL

MATRIKS FAKTOR INTERNAL				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Nilai
1	Memiliki struktur organisai dan visi, misi yang jelas	0,12	4	0,48
2	Akses jalan dan stransportasi baik	0,13	4	0,52
3	Sarana dan prasarana produksi tersedia	0,08	3	0,27
4	Keadaan lahan yang mendukung budidaya semangka	0,1	3	0,3
5	Biasa membuat pupuk organik dan pestisida nabati	0,12	4	0,48
6	Kualitas semangka organic baik	0,12	3	0,36
	SUB TOTAL	0,67	21	2,41
	Faktor kelemahan (weakanesss)			
1	Belum memiliki perencanaan tanam yang baik	0,10	2	0,2
2	Produk semangka organik tidak stabil	0,12	1	0,12
3	Kurangnya kegiatan promosi	0,11	2	0,22
	SUB TOTAL	0,33	5	0,54
	Total	1	26	2,95

Berdasarkan Tabel 2 telah dijelaskan bahwa faktor Internal terdapat 6 jenis kekuatan, 3 jenis kelemahan pada usahatani semangka di kebun praktek fakultas pertanian, kecamatan alok, kabupaten sikka dalam strategi pengembangan Usahatan semangka. Berdasarkan penentuan bobot ditentukan dengan data mulai dari sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Pada tabel 4.6 IFAS (Internal Factor Analysis Summary) telah dijelaskan bahwa kekuatan usahatani semangka lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan yang dimiliki usahatani semangka. Sehingga usahatani semangka memiliki kekuatan dalam strategi pengembangan usahatani semangka. Rating pada kekuatan dan kelemahan ditentukan dengan nilai 1 sampai 4 mulai dari sangat penting sampai dengan tidak penting berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan usahatani semangka di kebun praktek fakultas pertanian, kecamatan alok, kabupaten sikka. Nilai faktor internal kekuatan dan kelemahan didapatkan dari perkalian antara kolom bobot dengan rating yang dimana menghasilkan total dengan nilai 2,95. Sedangkan hasil klarifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat di lihat pada tabel.

Table 3 MATRIKS FAKTOR EKSTERNAL

MATRIKS FAKTOR EKSTERNAL				
No	Peluang	Bobot	Rating	Nilai
1	Permintaan pasar yang cukup besar	0,16	3	0,48
2	Kosumsi makanan organic yang tinggi	0,15	3	0,45
3	Prospek semangka organik baik	0,16	3	0,48
4	Lokasi sesuai untuk budidaya semangka	0,14	4	0,56

	SUB TOTAL	0,61	13	1,97
	Faktor Ancaman			
1	Perubahan iklim dan cuaca	0,13	2	0,26
2	Penyakit dan hama tanaman semangka	0,13	2	0,26
3	Harga semangka dari pesaing	0,13	1	0,13
	SUB TOTAL	0,39	5	0,65
	Total	1	18	2,62

Berdasarkan pada Tabel EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) telah dijelaskan bahwa peluang 4, ancaman 3 yang dimana usahatani semangka, memiliki peluang yang banyak sedangkan ancaman yang sedikit yang dimiliki oleh usahatani semangka dalam strategi pengembangan usahatani semangka. Perhitungan atau penentuan Rating dan Bobot berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti terhadap konsumen atau pembeli dimana nilai total dari Rating untuk peluang dan ancaman adalah 18, sementara nilai total Bobot pada peluang dan ancaman adalah 2,62.

Tabel EFAS dan IFAS faktor kekuatan (S) mempunyai nilai kekuatan 2,10 sedangkan kelemahan mempunyai nilai 1,10 ini berarti dalam strategi pemasaran usahatani semangka masih mempunyai kekuatan lebih baik daripada kelemahan-kelemahan yang ada. Seperti halnya pada IFAS, maka pada faktor strategis Eksternal (EFAS) juga dilakukan identifikasi yang hasilnya seperti tabel menunjukkan bahwa untuk faktor-faktor peluang (O) nilai skornya yaitu 1,81 dan faktor-faktor ancaman (T) yaitu 1,17 yang berarti bahwa dalam rangka pemasaran usahatani semangka masih ada peluang untuk strategi pemasaran kebun praktek fakultas teknologi pangan pertanian dan perikanan, mengingat ancamannya lebih kecil dari peluang. Dengan tersusunnya matriks Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS) dan Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS) diatas maka dapat menghasilkan nilai skor pada masing-masing faktor internal dan eksternal sebagai berikut: Kekuatan: 2,10 Kelemahan: 1,10 Peluang: 1,81 dan ancaman : 1,17, yang dapat digambarkan dalam rumusan matriks SWOT sebagai berikut :

Table 4 Analisis SWOT

EFAS \ IFAS	Strenght (S)	Weakness (W)
Opportunity (O)	Strategi (SO) = 2,10+ 1,81 = 3,91	Srtaegi (WO) = 1,10 + 1,81 = 2,91
Threats (T)	Strategi (ST) = 2,10 + 1,17 = 3,27	Strategi (WT) = 1,10 + 1,17 = 2,27

Strategi pemasaran semangka di kebun praktek fakultas teknologi pangan pertanian dan perikanan berada pada posisi kuadran II, perusahaan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari internal. Strategi yang diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dengan strategi Diversifikasi. Nilai IFAS dan EFAS perusahaan pada matriks eksternal-internal dapat di ketahui pada matriks 5 (3,20 untuk nilai IFAS sedangkan 2,98 untuk nilai EFAS).

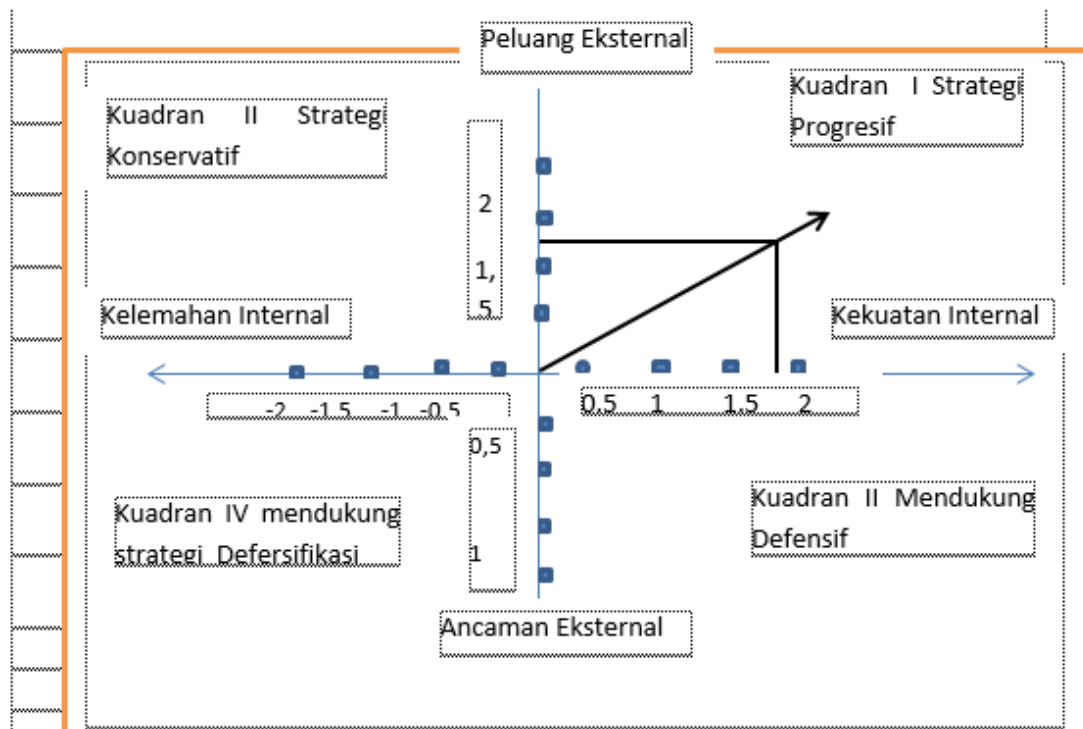
Matriks Internal-Eksternal (IE)

Pada perhitungan usahatani semangkaana yang berada di Kebun Praktek Fakultas Pertanian UNIPA memiliki kekuatan dominan dibandingkan dengan kelemahan dan peluang lebih besar dibandingkan ancaman dengan nilai sebagai berikut :

- Kekuatan - Kelemahan (factor internal) : $2,41 - 0,54 = 1,87$
- Peluang - Ancaman (factor eksternal) : $1,97 - 0,65 = 1,32$

Apabila nilai – nilai tersebut dimasukkan dalam maktrijs grand strategi (analisis SWOT) terlihat posisi pengembangan sektor pertanian usahatani semangka berada pada strategi pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki. Apabila matriks

evaluasi faktor internal digabungkan dengan matriks evaluasi faktor eksternal maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan usaha tani semangka dianalisis menggunakan matriks posisi sehingga akan menghasilkan titik koordinat (x,y). Nilai x merupakan selisih faktor internal (kekuatan – kelemahan) dan nilai y merupakan selisih faktor eksternal (peluang – ancaman). Dari matriks IFAS dan EFAS diketahui nilai x adalah 1,87 dan nilai y adalah 1,32. Posisi koordinat gabungan matriks evaluasi faktor internal dan eksternal.



Gambar 1 Analisis SWOT

Nilai IFAS sebesar 3,20 yang termasuk dalam kategori tinggi (4–3) dan nilai EFAS sebesar 2,98 yang berada pada kategori sedang (3–2). Berdasarkan hasil pemetaan Matriks Internal–Eksternal (IE), pemasaran semangka berada pada Posisi 5. Matriks IE pada posisi 5 menunjukkan bahwa usaha berada pada kondisi pertumbuhan dan stabilitas, sehingga strategi yang diberlakukan adalah strategi pertumbuhan (growth strategy) dengan pendekatan stabilitas atau konsentrasi horizontal. Posisi ini menegaskan bahwa petani semangka memiliki kekuatan internal yang dominan dan peluang eksternal yang cukup besar, sehingga strategi pengembangan usaha perlu difokuskan pada peningkatan kinerja pemasaran secara bertahap dan berkelanjutan melalui peningkatan volume penjualan, perluasan jaringan pemasaran, serta optimalisasi sumber daya yang telah dimiliki tanpa melakukan perubahan besar yang berisiko tinggi.

Matriks SWOT Strategi Pemasaran Semangka

Internal	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
Eksternal	1. Pengalaman Petani Dalam Menanam Semangka 2. Perolehan Bahan Baku Semangka Secara Kontinyu 3. Ketersediaan Hasil Produksi Semangka 4. Sarana Dan Prasarana	1. Kurangnya Tenaga Kerja Dalam Bertani Semangka 2. Posisi Tawar Sebagai Penjual 3. Keterbatasan Modal Yang Dimiliki Petani 4. Keterbatasan Sarana Produksi Di Lokasi

	Yang Dimiliki Petani Semangka 5. Produksi Semangka Dapat Memenuhi Keinginan Pasar	Usahatani 5. Rendahnya Kualitas Semangka Hasil Produksi
Peluang (Opportunities) 1. Penetapan Semangka Sebagai Komoditi Unggulan 2. Tersedianya Lembaga Pendukung Usahatni Semangka 3. Rendanya Kualitas Benih Semangka 4. Besarnya Dana Produksi Semangka 5. Standarisasi Harga Semangka Untuk Ekspor	Strategi S-O 1. Pemanfaatan pengalaman petani dan kontinuitas produksi untuk mendukung semangka sebagai komoditas unggulan. 2. Optimalisasi dukungan lembaga dan benih unggul guna meningkatkan kualitas serta pemasaran semangka.	Strategi W-O 1. Pemanfaatan dukungan lembaga dan dana produksi untuk mengatasi keterbatasan tenaga kerja dan modal. 2. Peningkatan sarana produksi untuk memperbaiki kualitas semangka dan daya saing pasar.
Ancaman (Threts) 1. Harga Komoditas Semangka Yang Fluktuasi 2. Kurangnya Lembaga Permodalan 3. Persaingan Dengan Pedagang Pengepul Untuk Memeperoleh Komoditas Semangka 4. Tingginya Biaya Pungutan Dalam Pengakutan Semangka 5. Iklim Yang Kurang Mendukung	Strategi S-T 1. Peningkatan kualitas dan konsistensi produksi untuk menghadapi fluktuasi harga dan persaingan pasar. 2. Pemanfaatan pengalaman petani dan sarana produksi untuk menjaga keberlanjutan usaha semangka.	Strategi W-T 1. Pengendalian volume produksi agar sesuai dengan permintaan pasar. 2. Efisiensi biaya produksi dan distribusi untuk meminimalkan dampak ancaman pasar dan iklim.

Alternatif Strategi Pemasaran Semangka

1. Startegi S-O

Hasil dari matriks SWOT yang didapatkan dari perumusan strategi SO yang merupakan perpaduan dari faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif yaitu :Pemanfaatan pengalaman petani dan kontinuitas produksi untuk mendukung semangka sebagai komoditas unggulan. Optimalisasi dukungan lembaga dan benih unggul guna meningkatkan kualitas serta pemasaran semangka.

2. Strategi W-O

Strategi W-O yang merupakan perpaduan dari faktor kelemahan dan peluang memberikan alternatif yaitu : pemanfaatan dukungan lembaga dan dana produksi untuk mengatasi keterbatasan tenaga kerja dan modal. Peningkatan sarana produksi untuk memperbaiki kualitas semangka dan daya saing pasar.

3. Strategi S-T

Strategi S-T yang merupakan perpaduan faktor kekuatan dan ancaman memberikan alternatif startegi dengan cara mengadakan kerjasama. Peningkatan kualitas dan konsistensi produksi untuk menghadapi fluktuasi harga dan persaingan pasar. Pemanfaatan pengalaman petani dan sarana produksi untuk menjaga keberlanjutan usaha semangka.

4. Strategi W-T

Strategi W-T yang meruapakan strategi pertimbangan faktor kelemahan dan ancaman dengan cara : Pengendalian volume produksi agar sesuai dengan permintaan pasar. Efisiensi biaya produksi dan distribusi untuk meminimalkan dampak ancaman pasar dan iklim.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pemasaran Semangka di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian

dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere, dapat disimpulkan bahwa kondisi internal pemasaran semangka berada pada kategori kuat dengan nilai 3,20, yang menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Kondisi ini memberikan potensi yang baik bagi pengembangan dan pertumbuhan usaha pemasaran semangka. Sementara itu, kondisi eksternal berada pada kategori sedang dengan nilai 2,98, di mana peluang yang tersedia masih lebih besar dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi, sehingga pemasaran semangka memiliki prospek untuk terus dikembangkan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan adalah strategi pertumbuhan dengan pendekatan stabilitas, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta secara bertahap memperbaiki kelemahan dan mengantisipasi ancaman. Strategi ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan pengalaman petani dan kontinuitas produksi, peningkatan mutu semangka, optimalisasi dukungan lembaga terkait, serta pengendalian dan efisiensi biaya produksi maupun distribusi. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan dan daya saing pemasaran semangka di kebun praktek.

Sejalan dengan kesimpulan tersebut, disarankan agar pengelola Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere meningkatkan kualitas semangka melalui perbaikan teknik budidaya dan pascapanen serta penggunaan benih unggul guna memperkuat daya saing produk di pasar. Selain itu, penguatan kerja sama dengan lembaga pendukung, baik lembaga permodalan maupun pemasaran, perlu dilakukan untuk meningkatkan posisi tawar dan memperluas jaringan pemasaran. Diversifikasi saluran pemasaran juga menjadi penting agar pemasaran semangka tidak hanya bergantung pada tengkulak, tetapi dapat diarahkan pada pemasaran langsung ke pasar, konsumen, atau mitra usaha lainnya sehingga risiko fluktuasi harga dapat diminimalkan. Bagi penelitian

selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai efisiensi saluran pemasaran dan analisis keuntungan usahatani semangka guna memperoleh strategi pemasaran yang lebih optimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Adiwilaga, A. 1982. Ilmu Usaha Tani. Bandung Alumni.
- Ardi, M. R., Effendi, M. 2018. Faktor-faktor Yang Memotivasi Petani Dalam Melakukan Usahatani Semangka (*Citrillus vulgaris*) Di Desa Sumber Sari Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. 1(2).98-103. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/AKP/article/view/1709>. 29 Juli 2022.
- BPS. 2021. Kecamatan Anggana Dalam Angka 2021. <https://kukarkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/60b9eda905f8d4434601fbf7/kecamatan-anggana-dalam-angka-2021.html>
- BPS. 2021. Luas panen Tanaman Sayuran Di Indonesia 2021. https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/bXNVb1pmZndqUDhKWEIUSjhZRitidz09/da_05/1
- BPS. 2021. Produksi Tanaman Buah-buahan 2021. <https://www.bps.go.id/indikator/55/62/1/produksi-tanaman-buah-buahan.html>
- BPS. 2028. Kabupaten Kutai Kartanegara Dalam Angka 2022. <https://kukarkab.bps.go.id/publication/2022/02/25/38ff082220c8eb2b3cbea507/kabupaten-kutai-kartanegara-dalam-angka-2022.html>
- Darta, G. A. A. 2017. Evaluasi Strategi Pengembangan Sapi Brahman Cross Dalam Menunjang Populasi Dua Juta Ekor Sapi Di Kalimantan Timur. Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Diana, R. J. 2022. Analisis Efisiensi dan Strategi Pemasaran Semangka (*Citrullus vulgaris*) Di Lahan Pasir Desa Paseban Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Universitas Muhammadiyah Jember. Jember.
- Ginting, A. Z. A. Analisis Prospek Pengembangan Usahatani Kedelai

- (Glycine max L. Merrill). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Gunawan, I. 2013. Analisis Pendapatan Usahatani Semangka (*Citrullus vulgaris*) di Desa Rambah Muda Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu. Universitas Pasir Pengaraian. Riau
- Handayani, L., Hidayah, H., Lubis, A. E., Yulianita, S. 2021. Analisis Usahatani dan Sistem Pemasaran Semangka. Universitas Alwashliyah. Medan.
- Irayanti, E. 2019. Strategi Pengembangan Usahatani Kacang Tanah (*Arachis hypogaea*) Di Desa Batang Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Kahana, B. P. 2008, Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kawasan Agropolitan Kabupaten Magelang. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Marsa, H. 2018. Strategi Pengembangan Usahatani Karet (*Hevea brasiliensis*) Di Desa Margahayu Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Muhammad, M. 2013. Analisis Strategi Pengembangan Pada Pelaku Usaha Kerajinan Khas Daerah di Area Komplek Citra Niaga Samarinda. Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Nurhasanah. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Sapi Potong Rakyat di Trunen Desa Bumi Harapan Kecamatan Sepaku Kabupaten Penajam Paser Utara. Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Saragih, R. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kerupuk Udang di Desa Handil Terusan Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara. Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Sari, E. P. 2017. Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung (*Zea mays* L.) Di Kelurahan Juata Kerikil Kota Tarakan. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Borneo Tarakan. Tarakan.
- Wulandari. 2016. Rahasia Sukses Berbisnis Dan Budidaya Semangka. Cetakan ke-1. Penerbit Villam Media. Yogyakarta.