

**STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN
SUB TERMINAL AGRIBISNIS HESSA AIR GENTING
KECAMATAN AIR BATU KABUPATEN ASAHAN**

TESIS

Oleh

**Yetty Fitri Yanti Piliang
107039009/MAG**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2013**

**STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN
SUB TERMINAL AGRIBISNIS HESSA AIR GENTING
KECAMATAN AIR BATU KABUPATEN ASAHAN**

TESIS

Tesis Sebagai Salah Satu Syarat untuk Dapat Memperoleh Gelar Magister
Pertanian pada Program Studi Magister Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

Oleh

**Yetty Fitri Yanti Piliang
107039009/MAG**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2013**

Judul : Strategi Peningkatan Pemasaran Sub Terminal
Agribisnis Hessa Air Genting Kecamatan Air Batu
Kabupaten Asahan
Nama : Yetty Fitri Yanti Piliang
NIM : 107039009
Program Studi : Magister Agribisnis

Menyetujui
Komisi Pembimbing,

(Ir. Diana Chalil, M.Si, Ph.D)
Ketua

(Sri Fajar Ayu, SP, MM, DBA)
Anggota

Ketua Program Studi,

Dekan,

(Dr. Ir. Tavi Supriana, MS)

(Prof. Dr. Ir. Darma Bakti, MS)

Telah diuji dan dinyatakan **LULUS** di depan Tim Penguji pada Rabu, 28
Agustus 2013

Tim Penguji

Ketua : Ir. Diana Chalil, MSi, PhD _____

Anggota : 1. Sri Fajar Ayu, SP, MM, DBA _____

2. Dr. Ir. Tavi Supriana, MS _____

3. Dr. Ir. Rahmanta Ginting, MSi _____

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tesis yang berjudul:

**STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN SUB TERMINAL
AGRIBISNIS HESSA AIR GENTING KECAMATAN AIR BATU
KABUPATEN ASAHAN**

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Sumber-sumber data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara benar dan jelas.

Medan, Agustus 2013
yang membuat pernyataan,

Yetty Fitri Yanti Pilliang
NIM. 107039009

*Dipersembahkan kepada:
Suami, Anak dan Seluruh Keluarga*

ABSTRAK

YETTY FITRI YANTI PILIANG. Strategi Peningkatan Pemasaran Sub Terminal Agribisnis Hessa Air Genting Kecamatan Air Batu Kabupaten Asahan (Dibawah bimbingan Ir. Diana Chalil, M.Si, Ph.D sebagai ketua dan Sri Fajar Ayu, SP, MM, DBA sebagai anggota).

Penelitian ini dilakukan bulan Juni 2012 sampai bulan Februari 2013. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi peran STA Hessa Air Genting dalam pemasaran produksi petani sayuran dan (2) Merumuskan strategi apa yang dapat dilakukan dalam meningkatkan pemasaran STA Hessa Air Genting. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah dengan metode SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa STA Hessa Air Genting berada pada kuadran I, yaitu peningkatan pemasaran STA mempunyai peluang yang sangat besar dan memiliki kekuatan-kekuatan internal. Strategi peningkatan pemasaran STA Hessa Air Genting yang dihasilkan : 1) menggunakan harga pembelian di STA yang tinggi untuk meningkatkan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan; 2) menggunakan modal STA yang kuat untuk meningkatkan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan; 3) meningkatkan sosialisasi dengan memanfaatkan dukungan pemerintah; 4) membentuk kelembagaan STA/Organisasi STA dengan memanfaatkan dukungan pemerintah; 5) melengkapi sarana dan prasarana STA untuk meningkatkan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan; 6) menggunakan harga STA yang tinggi untuk bermitra dengan pedagang pengumpul desa; 7) menggunakan modal STA yang kuat untuk membantu modal petani yang lemah dan 8) meningkatkan sosialisasi untuk bekerjasama dengan pedagang pengumpul desa.

Kata kunci : STA Hessa Air Genting, peningkatan pemasaran, SWOT

ABSTRACT

YETTY FITRI YANTI PILIANG. The Strategy of Marketing Improvement of Hessa Agribusiness Sub-Terminal, Air Genting, Air Batu Subdistrict, Asahan District (Under the Supervision of Ir. Diana Chalil, M.Si, Ph.D (chair) and Sri Fajar Ayu, SP, MM, DBA as the (member)

The research was conducted from June, 2012 to February, 2013. The objective of the research was 1) to identify internal and external factors which influenced the role of STA Hessa Air Genting in marketing the product of farmers' vegetables and 2) to formulate the strategy in increasing the marketing of STA Hessa Air Genting. The data consisted of primary and secondary data and were analyzed by using SWOT method.

The result of the research showed that STA Hessa was in quadrant I; namely, the increase in marketing STA had great potential and internal powers. The strategies of increasing the marketing of STA Hessa Air Genting were as follows: 1) using high buying price of STA in order to increase the production so that it would meet the demand, 2) using strong STA capital in order to increase the production so that it could meet the demand, 3) improving socialization by using support from the government, 4) establishing STA institution/organization by using support from the government, 5) completing the equipment and infrastructure of STA in order to increase production so that it could meet the demand, 6) using high STA price to create partnership with village collecting traders, 7) using strong STA capital to aid farmers' lack of capital, and 8) improving socialization by collaborating with village collecting traders.

Keywords: STA Hessa Air Genting, Marketing Improvement, SWOT

RIWAYAT HIDUP

YETTY FITRI YANTI PILIANG, lahir di Sibolga pada tanggal 30 Desember 1967 dari Bapak **Syarifuddin** dan Ibu **Nurhasnah**. Penulis merupakan anak ke dua dari empat bersaudara.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Tahun 1974 masuk Sekolah Dasar Taman Siswa Pematang Siantar, tamat tahun 1980.
2. Tahun 1980 masuk Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama Negeri 14 Medan, tamat tahun 1983.
3. Tahun 1983 masuk Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Negeri 3 Medan, tamat tahun 1986.
4. Tahun 1986 diterima di Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara Medan, tamat tahun 1991.
5. Tahun 2010 melanjutkan pendidikan S2 di Program Studi Magister Agribisnis Universitas Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ir. Diana Chalil, M.Si, Ph.D selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Sri Fajar Ayu, SP, MM, DBA selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini serta Ibu Dr. Ir. Tavi Supriana, MS dan Bapak Dr. Ir. Rahmanta Ginting, MS yang telah bersedia menguji dan memberikan masukan dalam penyempurnaan tesis ini.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, suami dan seluruh keluarga yang telah mendorong dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tesis ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Penelitian Terdahulu	10
2.3. Landasan Teori	12
2.4. Kerangka Konsep Penelitian	18
III. METODE PENELITIAN	20
3.1. Metode Pemilihan Lokasi	20
3.2. Metode Penentuan Sampel	20
3.3. Metode Pengumpulan Data	21
3.3.1. Data Primer	21
3.3.2. Data Sekunder	22
3.4. Metode Analisis Data	22
3.4.1. Matrik Faktor Strategi Eksternal.....	29
3.4.2. Matrik Faktor Strategi Internal.....	30
3.4.3. Matrik SWOT	31
3.5. Defenisi dan Batasan Operasional	32
3.5.1. Defenisi	32
3.5.2. Batasan Operasional	33

IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1.	Deskripsi Daerah Penelitian	34
4.1.1.	Letak Geografis dan Batas Wilayah	34
4.1.2.	Topografi	34
4.1.3.	Geologi	35
4.1.4.	Penduduk	36
4.1.5.	Perekonomian	38
4.1.6.	Penggunaan Lahan	39
4.1.7.	STA Hessa Air Genting	41
4.2.	Karakteristik Sampel.....	42
4.3.	Rantai Tata Niaga (% x harga pasar).....	44
4.4.	Hasil Analisis	45
4.4.1.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran STA	45
4.4.2.	Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal	51
4.4.3.	Penentuan Alternatif Strategi	54
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1.	Kesimpulan	59
5.2.	Saran	60
	DAFTAR PUSTAKA	62
	LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
1.	Perkembangan Produksi Sayur-Sayuran di Lima Kecamatan Sekitar STA Tahun 2010-2012.....	2
2.	Perkembangan Pemasaran di STA Hessa Air Genting Tahun 2010-2012.....	3
3.	Penentuan Jumlah Responden Petani dan Pedagang Pengumpul Desa	21
4.	Luas Wilayah, Jumlah Rumah Tangga, Penduduk dan Persebaran Penduduk Menurut Kecamatan Tahun 2009.....	37
5.	Pertumbuhan Ekonomi Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Sektor Tahun 2005-2009 (Persentase)	38
6.	Luas Wilayah Menurut Penggunaan Lahan di Kabupaten Asahan Tahun 2009 (dalam ha).....	39
7.	Perkembangan Produksi Sayur-sayuran Kabupaten Asahan Tahun 2010-2012.....	40
8.	Sarana dan prasarana STA Hessa Air Genting.....	42
9.	Karakteristik Petani Sampel dan Pedagang Pengumpul Desa Sampel	43
10.	Rantai Tata Niaga Pemasaran Sayuran Petani dan Pedagang Pengumpul Desa di Lima Kecamatan	44
11.	Penentuan Skor Faktor Internal	45
12.	Penentuan Skor Faktor Eksternal	48
13.	Tabel IFAS	52
14.	Tabel EFAS	53
15.	Penentuan Strategi Peningkatan Pemasaran STA Hessa Air Genting	55

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
1.	Struktur Organisasi STA	9
2.	Aliran Pemasaran Komoditas Pertanian di Lokasi Produksi.....	18
3.	Skema Kerangka Konsep Penelitian	19
4.	Analisis SWOT	23
5.	Kuadran SWOT	54

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
1.	Daftar Petani Sampel	64
2.	Daftar Pedagang Sampel	65
3.	Karakteristik Petani Sampel	66
4.	Karakteristik Pedagang Sampel	67
5.	Parameter Penilaian SWOT Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pemasaran STA	68
6.	Penilaian Skor Parameter Faktor Internal dan Eksternal Petani dan Pedagang yang Memasarkan di STA	70
7.	Penilaian Skor Parameter Faktor Internal dan Eksternal Petani yang Tidak Memasarkan di STA	71
8.	Penilaian Skor Parameter Faktor Internal dan Eksternal Pedagang Pengumpul Desa yang Tidak Memasarkan di STA	72
9.	Penilaian Skor Parameter Faktor Internal dan Eksternal Pengelola STA	73
10.	Pembobotan Faktor Internal	74
11.	Pembobotan Faktor Eksternal	75
12.	Hasil Penilaian Bobot Faktor Internal	76
13.	Hasil Penilaian Bobot Faktor Eksternal	77
14.	Normalisasi Bobot Faktor Internal	78
15.	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal	79
16.	Rata-rata Harga Pasar Komoditi Pangan Kabupaten Asahan Tahun 2012	80
17.	Harga Pembelian di STA	81
18.	Rata-rata Harga Jual yang Diterima Petani dari Pedagang Pengumpul Desa dan Rasio dengan Rata-rata Harga Pasar	82

19. Rata-rata Harga Jual yang Diterima Pedagang Pengumpul Desa dan Rasio dengan Rata-rata Harga Pasar	84
20. Kuesioner	85