



PAPER – OPEN ACCESS

Peluang dan Tantangan Pengembangan Rantai Pasok bagi Peningkatan Nilai Produk Nanas dari Kabupaten Tapanuli Utara

Author : Mestika Silalahi dan Yosef Manik
DOI : 10.32734/ee.v2i4.650
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-704X

Volume 2 Issue 4 – 2019 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Peluang dan Tantangan Pengembangan Rantai Pasok bagi Peningkatan Nilai Produk Nanas dari Kabupaten Tapanuli Utara

(Opportunities and Challenges of Supply Chain Development for Increasing the Value of Pineapple Products from North Tapanuli Regency)

Mestika Silalahi^a dan Yosef Manik^{a*}

¹Program Studi Manajemen Rekayasa, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Del, Laguboti 22381, Sumatera Utara, Indonesia

*yosef.manik@del.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk menyusun strategi yang tepat dalam peningkatan nilai tambah nanas di Kabupaten Tapanuli Utara yang dapat mempengaruhi ekonomi setiap pemangku kepentingan yang terlibat. Dalam mencapai tujuan telah dilakukan langkah-langkah yang terdiri dari: i) Mengidentifikasi model-model rantai pasok nanas di sentra produksi nanas yaitu di Kecamatan Sipahutar. ii) Menganalisis rantai nilai dan nilai tambah pada setiap aktor rantai pasok peran. Metode yang digunakan dalam aktivitas ini adalah deskriptif-eksploratif yang mencakup: i) Metode kualitatif mencakup studi literatur dalam memperoleh data dan acuan pengerjaan, observasi dan wawancara dengan pelaku rantai pasok, lembaga terkait (Penyuluh Pertanian Lapangan Kecamatan Sipahutar, Dinas Pertanian dan Dinas Koperasi UKM Kabupaten Tapanuli Utara). ii) Metode Hayami untuk menganalisis nilai tambah nanas. Dari hasil penelitian ini didapatkan fakta bahwa luas produktif pertanian nanas di Kabupaten Tapanuli Utara 1947.09 Ha dengan kapasitas produksi sebesar 34875.16 ton/tahun. Pasokan nanas distribusikan dalam 2 model rantai pasokan yaitu rantai pasok nanas segar dan rantai pasok dodol nanas. Dalam rantai pasokan ada 7 pihak yang terlibat sebagai *stakeholder* yaitu petani, pengumpul desa, pedagang besar luar/dalam daerah, pedagang pengecer, UKM dan konsumen akhir. Dari pemetaan rantai nilai didapatkan bahwa nilai R/C tertinggi diperoleh UKM dodol nanas (1,60) dan terendah adalah petani nanas (1,14), pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer mendapatkan nilai R/C masing-masing 1,22, 1,45, dan 1,45. Data dan informasi ini diolah dalam sebuah analisis SWOT diperoleh tantangan dan peluang yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan rantai pasok demi mengembangkan nilai produk nanas. Diantaranya yaitu pengembangan produk turunan, membuat sentra produk pengolahan, pelatihan terhadap UKM produk turunan nanas dan membuat koperasi sebagai penghubung antara petani dan pedagang pengecer.

Kata kunci: Nanas, Kabupaten Tapanuli Utara, Rantai Pasok, Nilai Tambah, Analisis SWOT

Abstract

This research is intended to develop the right strategy in increasing the added value of pineapple in North Tapanuli Regency which can affect the economy as well as the stakeholders involved. In achieving the objectives, steps have been taken which consist of:

i) Identifying pineapple supply chain models at pineapple production centers, namely in Sipahutar District. ii) Analyzing value and value added chains for each role supply chain actor. The method used in this activity is descriptive-explorative which includes: i) Qualitative methods include the study of literature in obtaining data and reference to work, observation and interviews with supply chain actors, related institutions (Agricultural Extension Fields of Sipahutar District, Agriculture Service and UKM Cooperative Office North Tapanuli Regency). ii) Hayami's method for analyzing the added value of pineapple. From the results of this study, it was found that the area of productive pineapple farming in North Tapanuli Regency was 1947.09 Ha with a production capacity of 34875.16 tons / year. The supply of pineapple is distributed in 2 supply chain models, namely supply chain of fresh pineapple and supply chain of pineapple dodol. In the supply chain there are 7 parties involved as stakeholders, namely farmers, village collectors, outside / regional large traders, retailers, UKM and end consumers. From the value chain mapping it was found that the highest R / C value was obtained by pineapple dodol (1.60) and the lowest was pineapple farmers (1.15), collectors, wholesalers and retailers getting R / C values of 1.22, 1.45 and 1.45. This data and information is processed in a SWOT analysis, which presents challenges and opportunities that need to be considered to develop the supply chain to develop the value of pineapple products. Among them are the development of derivative products, making processing product centers, training of UKM derived from pineapple products and making cooperatives as a liaison between farmers and retailers.

© 2019 The Authors. Published by TALENTA Publisher Universitas Sumatera Utara

Keywords: Pineapple, North Tapanuli Regency, Supply Chain, Added Value, SWOT Analysis

Selection and peer-review under responsibility of Seminar Nasional Institut Supply Chain dan Logistik Indonesia (ISLI) 2019

p-ISSN: 2654-7031, e-ISSN: 2654-704X, DOI: 10.32734/ee.v2i4.650

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris dimana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor pertanian. Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia yang dapat dilihat dari nilai kontribusi pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pada sektor pertanian terbagi atas beberapa subsektor, salah satunya adalah subsektor hortikultura. Komoditas hortikultura dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani berskala kecil, menengah maupun besar yang dipasarkan ke konsumen dalam negeri, pasar tradisional, pasar modern hingga ekspor. Data dalam [1] menjelaskan bahwa PDB untuk tanaman hortikultura mengalami peningkatan dari Rp. 137 triliun rupiah tahun 2013 meningkat hingga Rp. 196 triliun rupiah tahun 2017.

Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan yaitu komoditas nanas. Dalam [2] Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah penghasil terbesar nanas di Indonesia dengan kontribusi sebesar 9% dengan produksi sebesar 160.552 ton tepatnya di Kabupaten Tapanuli Utara dengan luas lahan 1947.09 Ha dan produksi nanas sebesar 34875.16 ton/tahun. Sentara produksi nanas di Kabupaten Tapanuli Utara berada di Kecamatan Sipahutar dengan luas lahan 1.805 Ha dengan total produksi 32.635 ton/tahun. Sektor pertanian yang mencakup tanaman hortikultura bagi daerah Kabupaten Tapanuli Utara ini merupakan tulang punggung perekonomian daerah sebagai penghasil nilai tambah dan devisa maupun sumber penghasilan atau penyedia lapangan pekerjaan sebagian besar penduduk. Hal ini ditunjukkan dari kontribusi kategori pertanian, peternakan, perburuan dan jasa pertanian dalam membentuk PDRB Kabupaten Tapanuli Utara pada tahun 2017 sebesar 45,65% dari total PDRB yang dihasilkan yaitu sebesar 6.765,69 miliar rupiah. Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu indikator dalam melihat keberhasilan pembangunan di suatu daerah, dimana pertumbuhan PDRB suatu daerah merupakan pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Pada pengamatan awal yang dilakukan terhadap sektor pertanian nanas di Kabupaten Tapanuli Utara, nanas yang diproduksi oleh petani dikumpulkan langsung oleh pengumpul desa di Kecamatan Sipahutar. Namun, posisi tawar petani cukup lemah dalam pemasaran nanas. Peranan pengumpul dan pedagang besar nanas dinilai cukup berpengaruh dalam mekanisme harga, menampung hasil panen serta pendistribusian ke ke pedagang pengecer yang berasal dari dalam dan luar daerah Kabupaten Tapanuli Utara.

Oleh sebab itu dibutuhkan suatu penelitian yang dapat menggambarkan dan menganalisis kinerja rantai pasok dan rantai nilai komoditas nanas di Kecamatan Sipahutar. Hal ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan tantangan pengembangan pada agribisnis nanas yang dapat memberikan peningkatan nilai tambah bagi setiap pemangku kepentingan yang terlibat.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif-eksploratif dengan pemecahan masalah. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, yaitu pengamatan langsung untuk mengetahui kondisi aktual objek penelitian terhadap pelaku rantai pasokan nanas di Kecamatan Sipahutar. Selain survei, wawancara juga dilakukan, dengan mengajukan pertanyaan dan jawaban langsung ke instansi terkait seperti pertanian dan kelompok tani dan pemangku kepentingan seperti petani, pengumpul, pengecer, usaha pengolahan dan konsumen tentang situasi atau kenyataan yang terjadi di lapangan.

2.1. Metode pengambilan sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *snowball*, dengan mulai dari menentukan informan kunci pada petani nanas yang dapat memberikan informasi. Orang ini kemudian digunakan sebagai informan untuk mengidentifikasi orang lain sebagai sampel yang dianggap dapat memberikan informasi. Berdasarkan metode *snowball sampling* diperoleh 105 responden dengan rincian 70 petani, 15 tengkulak, 6 pedagang besar, 12 pedagang eceran, 1 pegawai dinas pertanian dan 1 pengurus kelompok tani.

2.2. Analisis data

Analisis rantai nilai mengacu pada serangkaian kegiatan yang diperlukan untuk menghadirkan produk atau layanan mulai dari tahap konseptual, diikuti oleh beberapa tahap produksi, hingga pengiriman ke konsumen akhir dan kehancuran setelah penggunaannya [3].

1. Pemetaan rantai nilai

Identifikasi setiap bagian dari proses produksi dan identifikasi di mana langkah-langkah dapat dihilangkan atau ditingkatkan. Perbaikan yang dilakukan bertujuan untuk memangkas biaya produksi atau meningkatkan produktivitas [4].

2. Analisis rantai nilai

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang peningkatan nilai pada peta rantai nilai. Rantai nilai yang ditingkatkan dapat dilakukan di berbagai sisi seperti proses, produk, sumber daya, dan fungsi. Peningkatan rantai nilai bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, diversifikasi produk, optimalisasi sumber daya dan membangun kegiatan paling penting dalam rantai nilai.

3. Nilai Tambah

Nilai tambah adalah sebagai pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan, maupun penyimpanan dalam suatu produksi [5]

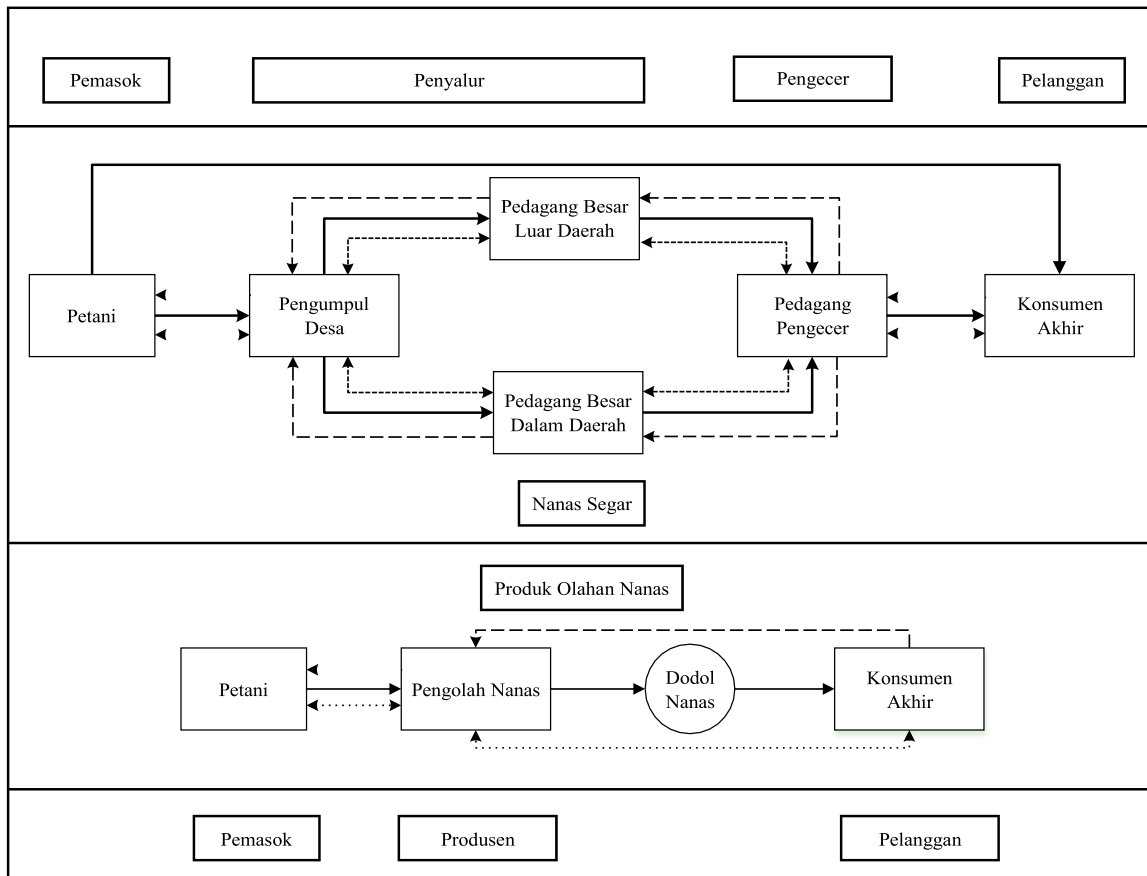
4. Analisis SWOT

Menurut [6] analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. analisis SWOT dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), dan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan.

3. Analisis dan Pembahasan




3.1. Rantai Pasok Nanas Segar dan Makanan Olahan Nanas (dodol nanas)

Sampai saat ini pemanfaatan nanas yang dilakukan oleh penduduk Kecamatan Sipahutar hanya sebagai dodol nanas. Hal tersebut akan mempengaruhi peta rantai pasok nanas. Semakin banyak penelitian dan pengaplikasian hasil penelitian nanas maka semakin besar peluang pengembangan rantai pasok nanas. Setelah melakukan wawancara dengan key person yang telah memenuhi Kategori, maka diperoleh dua jenis rantai pasok nanas. Pengelompokan rantai pasok komoditas nanas Kecamatan Sipahutar adalah sebagai berikut, (i) rantai pasok nanas segar, (ii) rantai pasok makanan olahan nanas yaitu dodol nanas.



Gambar 1. Peta rantai pasok nanas Kecamatan Sipahutar

Keterangan :

1. Aliran Produk : 
2. Aliran Finansial : 
3. Aliran Informasi : 

1. Aliran Produk

Aliran produk berupa nanas dari petani sampai di pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Nanas dari pengumpul kemudian di distribusikan pada pedagang besar dalam dan luar daerah kemudian ke pengecer. Nanas yang telah sampai di pedagang besar luar daerah didistribusikan ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjual pada konsumen. Nanas yang sampai di pengecer dalam daerah Kabupaten Tapanuli Utara kemudian di jual secara ecer atau grosir kepada konsumen sebagai oleh – oleh sedangkan nanas yang sampai dipasar akan dijual ke konsumen pasar yang mayoritas ibu rumah tangga untuk di konsumsi keluarga konsumen. Transaksi jual beli yang dilakukan oleh pelaku rantai pasok nanas berdasarkan kesepakatan harga dari penjual dan pembeli. Nanas dikirimkan dengan menggunakan truk dan pick up. Truk digunakan untuk pengiriman nanas dengan volume pembelian yang besar dan pengiriman yang jauh, sedangkan pick up di gunakan untuk mendistribusikan nanas kepada pengecer lokal dan pengecer pasar. Transaksi jual beli yang dilakukan oleh konsumen dan pedagang pengecer yaitu konsumen yang mendatangi pengecer atau pedagang pengecer akan memiliki lapak atau kios untuk berjualan sehingga konsumen bisa langsung mendatangi lapak tersebut.

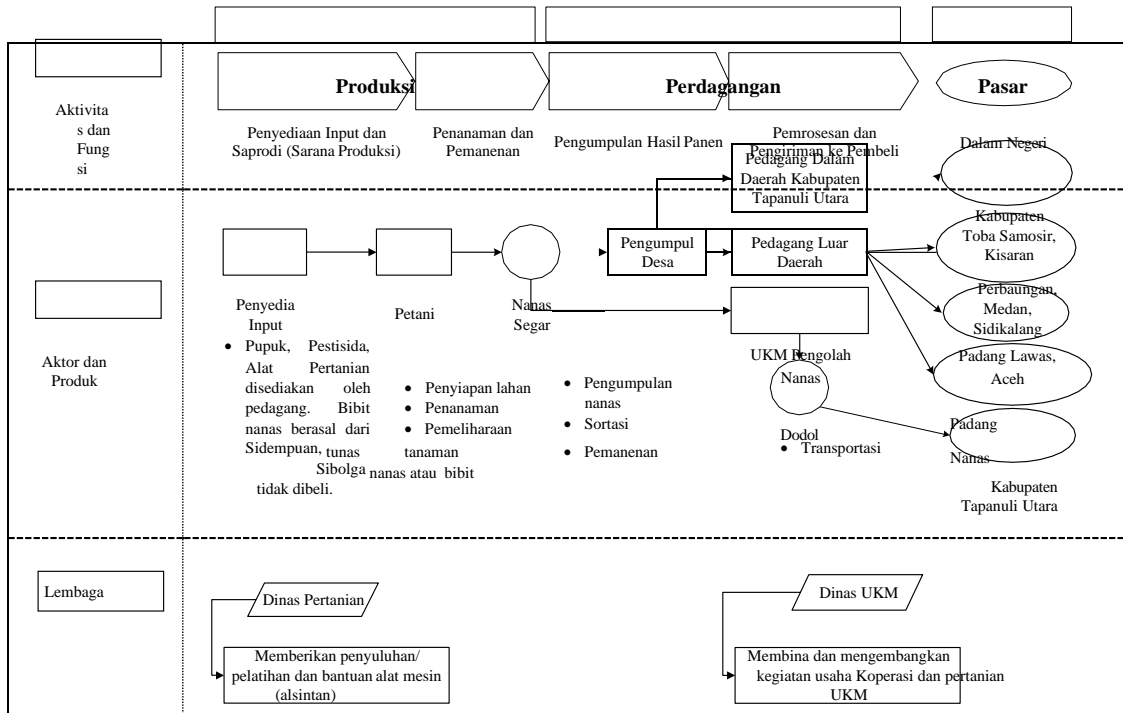
2. Aliran Finansial

Aliran uang yang bergerak dalam rantai pasok nanas yaitu aliran uang yang pertama yaitu aliran uang dari petani kepada pemasok pupuk. Petani akan membeli pupuk dari pemasok dengan sistem tunai. Pupuk digunakan petani untuk menghasilkan nanas yang berkualitas. Aliran uang yang kedua yaitu aliran uang yang berjalan dari pedagang pengecer, pedagang besar dan pengumpul kemudian sampai di petani dengan cara membayar langsung dan tunai kepada petani tergantung jumlah nanas yang telah diterima oleh pedagang besar dan pengumpul.

3. Aliran Informasi

Aliran informasi pada rantai pasok nanas di Kecamatan Sipahutar bergerak dua arah yaitu dari produsen ke konsumen dan dari konsumen ke produsen. Alat informasi yang digunakan dalam rantai pasok nanas ini adalah *handphone*. Aliran informasi antara petani dan pedagang besar dan pengumpul pada rantai pasok nanas di Kecamatan Sipahutar tergolong lancar. Hal ini didukung karena petani sudah memiliki *handphone*. Namun tidak jarang petani akan didatangi atau mendatangi pedagang besar dan pengumpul untuk memberikan informasi tentang panen nanas. Pedagang pengecer luar daerah akan menghubungi petani via telepon untuk meminta pedagang besar mengirimkan nanas kepada pengecer, sedangkan pengecer lokal akan langsung mendatangi rumah petani atau pengumpul atau menghubungi via telepon untuk meminta kiriman nanas. Aliran informasi antara konsumen dan pengecer tergolong lancar. Informasi bergerak dari mulut–ke mulut secara langsung, maupun bergerak di jaringan internet (*whatsapp*).

3.2. Analisis Rantai Nilai Nanas



Gambar 2. Peta rantai nilai nanas Kecamatan Sipahutar

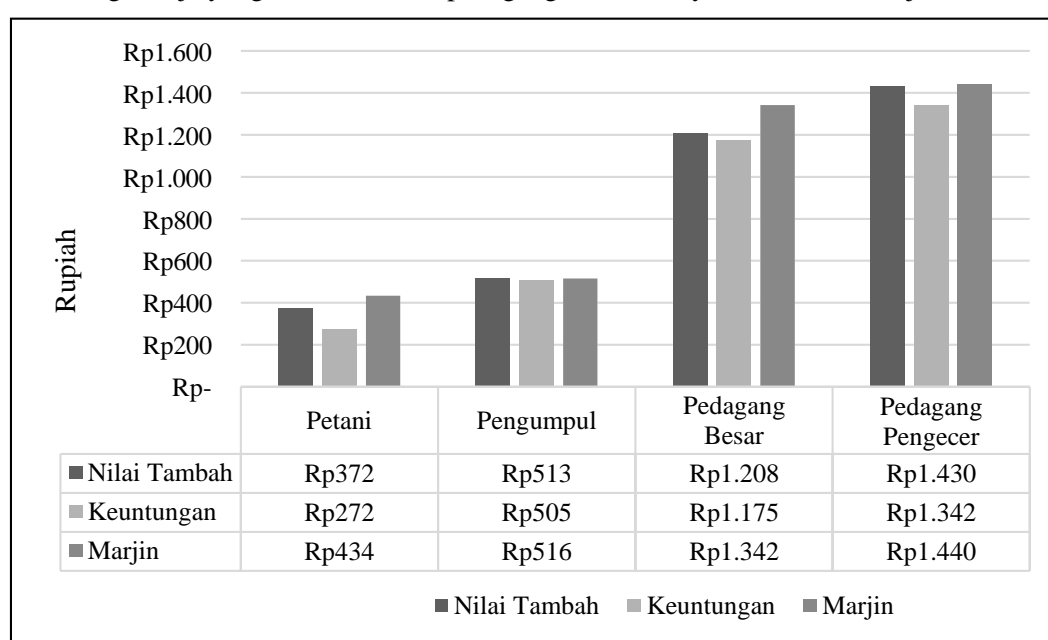
Dalam rantai nilai nanas di Kecamatan Sipahutar terdapat empat pelaku yaitu petani, pengumpul nanas, usaha pengolah nanas dan pedagang. Petani dalam rantai nilai ini berfungsi sebagai pihak yang memproduksi nanas. Pada umumnya petani menanam nanas sebagai tanaman utama, hal ini disebabkan oleh budidaya nanas ini termasuk mudah dan setelah 2 tahun masa penanaman hingga berbuah tanaman akan terus memproduksi buah. Pelaku kedua adalah pengumpul, pada rantai nilai nanas, pengumpul berperan sebagai perantara petani dengan pihak pedagang besar atau petani dengan konsumen. Pengumpul pada umumnya akan mengumpulkan nanas secara langsung ke lokasi dimana para petani berada, kemudian akan menjualnya kepada konsumen dengan harga jual yang lebih tinggi.

Salah satu aktor yang memiliki peran penting dalam rantai nilai nanas adalah usaha pengolah nanas. Usaha pengolahan nanas yang diproduksi oleh petani dan diolah menjadi produk dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Selanjutnya pedagang eceran adalah pedagang yang langsung melakukan kegiatan jual beli secara langsung kepada konsumen. Selain pemeran yang terlibat secara langsung di dalam rantai nilai nanas terdapat beberapa pemeran yang tidak terlibat secara langsung namun memiliki peranan dalam mendukung peningkatan rantai nilai nanas yaitu pemerintah. Pemerintah melalui Dinas pertanian sangat mendukung pengembangan pertanian nanas alat pertanian dan mesin pertanian. Dinas pertanian melalui kelompok tani yang tersebar disetiap desa menjadi tempat petani dalam menyalurkan aspirasi petani dan tempat petani untuk memperoleh ilmu pertanian melalui kegiatan penyuluhan.

3.3. Analisis Nilai Tambah Komoditas Nanas

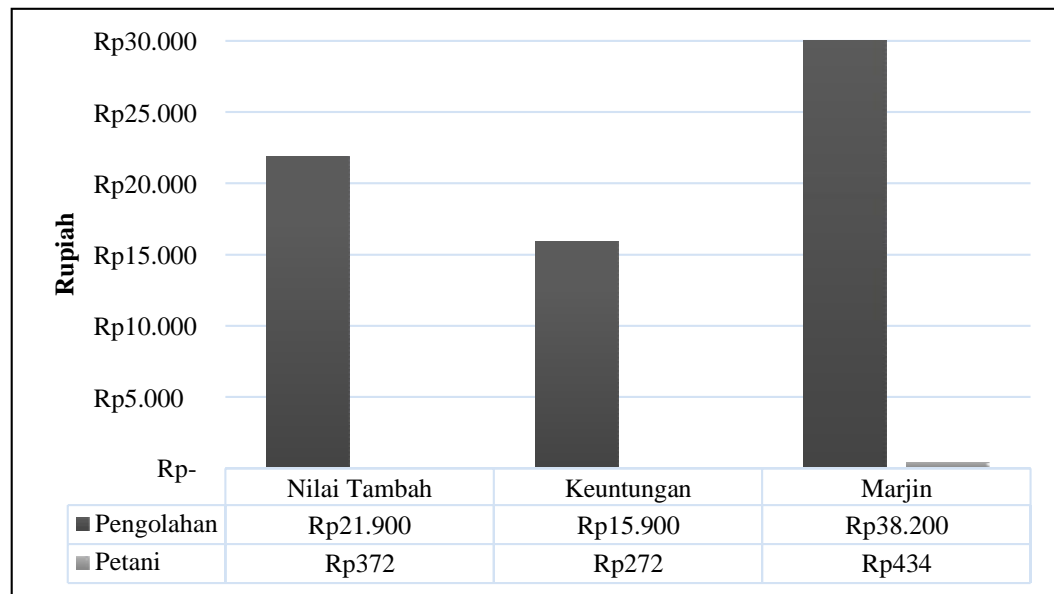
1. Nanas Segar

Setelah petani melakukan transaksi dengan pedagang besar yang selanjutnya disalurkan ke pedagang pengecer, maka pedagang eceran akan menyalurkan nanas kepada konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dan survei, pedagang eceran dengan jumlah bahan baku 7500 kg akan memperoleh pembayaran 7470 kg hal ini disebabkan oleh tidak semua nanas yang diterima dari petani dapat dijual kepada konsumen, hal tersebut terjadi karena terdapat nanas yang berukuran kecil, dan busuk tidak layak konsumsi. Nilai tambah yang diperoleh oleh petani, pedagang eceran memperoleh nilai tambah yang lebih besar yaitu Rp 1.430/ kg. Keuntungan yang diperoleh oleh pedagang eceran sebesar Rp 1.342/kg. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aktor yang memiliki keuntungan paling tinggi pada rantai pasok nanas segar adalah pedagang eceran. Hal tersebut diakibatkan oleh tingginya harga jual yang ditetapkan oleh pedagang eceran sedangkan petani tidak dapat menjual dengan harga tinggi. Selain itu sumbangan input lain dan upah tenaga kerja yang dibayar oleh petani lebih tinggi. Pendapatan tenaga kerja yang diberikan oleh petani sebesar 23% dari margin berbeda dengan pendapatan tenaga kerja yang diberikan oleh pedagang eceran hanya 0,46% dari margin.



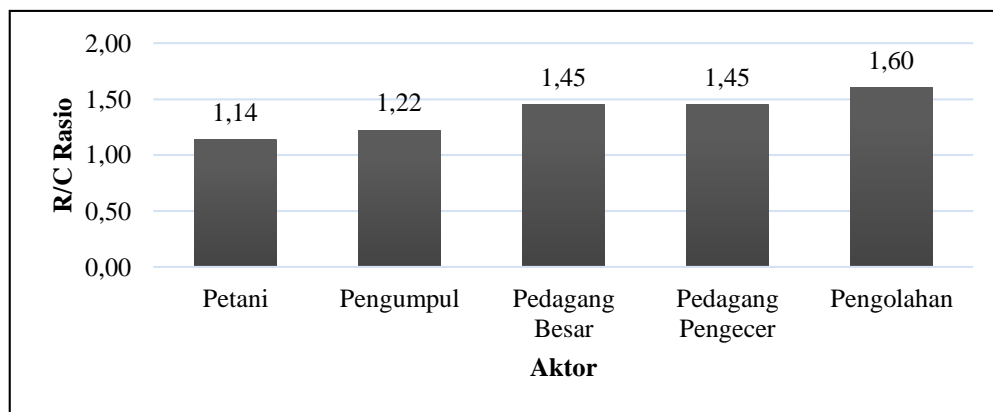
Gambar 3. Nilai Tambah, Keuntungan dan Marjin Penjualan Nanas Segar

2. Pengolahan Nanas (Dodol Nanas)



Gambar 4. Nilai tambah, Keuntungan dan Marjin Pengolahan Nanas

Nilai tambah yang diperoleh oleh petani pada model rantai pasok pengolahan nanas sama dengan nilai tambah yang diperoleh pada model rantai pasok nanas segar. Pada model rantai pasok pengolahan nanas terdapat pelaku industri yaitu UKM dodol nanas. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa UKM dodol nanas memiliki nilai tambah yang lebih besar dibandingkan dengan aktor lainnya pada model rantai pasok nanas segar. Nilai tambah yang diperoleh adalah sebesar Rp. 21.900/kg memperoleh keuntungan Rp 15.900/kg dan marjin sebesar Rp 38.200/kg.



Gambar 5. R/C Setiap Aktor

Untuk melihat kelayakan atau keefisienan suatu usaha tani dan usaha pengolahan nanas untuk diusahakan atau dikelola dapat dilihat melalui analisis R/C atau lebih dikenal dengan *return cost ratio*. Nilai R/C untuk petani dan pedagang eceran yang terdapat pada model rantai pasok nanas segar, dari Gambar 6 dapat dilihat bahwa R/C rasio pedagang besar dan pedagang pengecer lebih tinggi dibandingkan dengan R/C rasio petani. Nilai R/C rasio petani nanas adalah sebesar 1,14 yang berarti setiap Rp 1.- biaya yang dikeluarkan oleh petani akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,14 dan nilai R/C pedagang besar dan pedagang pengecer adalah sebesar 1,45 yang berarti setiap Rp 1.- biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar dan pedagang pengecer akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,45. Besar R/C kedua aktor > 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa usahatani nanas di Kecamatan

Sipahutar layak diusahakan karena memberi keuntungan bagi aktor yang terlibat didalamnya.

Berdasarkan nilai R/C rasio pengolahan nanas yaitu sebesar 1,60 dapat dilihat bahwa UKM dodol nanas yang dikelola atau dikembangkan di Kecamatan Sipahutar layak atau efektif untuk dijalankan karena $R/C > 1$. Nilai R/C 1,60 menunjukkan arti bahwa setiap UKM mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.- akan memperoleh pendapatan sebesar Rp 1,60. Usaha makanan dodol nanas berbahan dasar nanas di Kecamatan Sipahutar layak dan efektif untuk dikembangkan, namun yang menjadi ancaman dalam pengembangan usaha ini adalah penggunaan alat produksi konvensional dan kapasitas kecil. Dengan demikian jumlahnya sangat rendah dan hanya didistribusikan di daerah Kabupaten Tapanuli Utara saja. Usaha makanan berbasis nanas dapat menjadi penggerak roda perekonomian di Kecamatan Sipahutar apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik, yaitu dengan menggunakan alat/ teknologi produksi modern dan memperluas jaringan distribusi pemasaran hingga keluar Kabupaten Tapanuli Utara. Selain itu, dapat juga dilakukan dengan peningkatan variasi produk dan menjadikannya sebagai produk unggulan Kecamatan Sipahutar.

3.4. Analisis SWOT

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan nilai tambah nanas di Kecamatan Sipahutar terdiri dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Faktor ini memiliki pengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan dalam peningkatan nilai tambah nanas di Kecamatan Sipahutar. Berkaitan dengan rantai nilai tambah nanas, hasil identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan nilai tambah nanas di Kecamatan Sipahutar. Setelah mengetahui posisi agribisnis nanas dari hasil mengombinasikan faktor kunci internal dan eksternal, maka dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi bagi agribisnis nanas. Strategi-strategi tersebut dikelompokkan dalam empat sel yaitu, strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, strategi W-T. Hasil analisis matriks SWOT:

1. Strategi S-O

Kolom strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada. Beberapa strategi yang dapat digunakan adalah:

- Membuat daerah sentra pengolahan nanas
- Menggunakan alat pengolahan dengan teknologi *modern* dalam pengolahan produk turunan nanas
- Menambah diversifikasi produk turunan nanas
- Memanfaatkan lahan yang subur dan luas untuk meningkatkan produksi sehingga menguasai pasar

2. Strategi W-O

Kolom strategi W-O adalah strategi yang dipakai oleh perusahaan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

- Memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mempertahankan kualitas dari nanas
- Mengurus sertifikasi P-IRT produk turunan untuk memperluas pemasaran dan menarik konsumen
- Mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap petani dan pelaku usaha secara kontinu
- Membentuk kelompok agribisnis komoditas nanas

3. Strategi S-T

Kolom strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman-ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

- Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk
- Mengoptimalkan kelembagaan kelompok tani dan Dinas Koperasi dan UKM dalam peningkatan produktivitas petani melalui penyuluhan dan bantuan alsintan atau pupuk
- Memaksimalkan tenaga kerja yang ada untuk memproduksi produk turunan
- Mendaftarkan usaha ke Dinas Koperasi dan UKM dalam mempermudah mendapatkan bantuan ataupun akses ke lembaga keuangan

4. Strategi W-T

Kolom strategi W-T adalah strategi perusahaan untuk berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk berusaha menghindari dari ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah

- Memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mempertahankan kualitas dari nanas
- Meminimalkan tindakan yang diberikan kepada produk untuk menghindari kerusakan
- Pelatihan manajemen usaha
- Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk mendapatkan pelatihan budidaya komoditas nanas dan usaha pengolahan nanas

4. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pemetaan rantai pasok yang telah dilakukan, diperoleh dua model rantai pasok nanas di Kecamatan Sipahutar yaitu, (i) rantai pasok nanas segar tanpa proses pengolahan, (ii) rantai pasok nanas menjadi olahan dodol nanas.
2. Berdasarkan pemetaan rantai nilai terdapat 5 aktor utama dalam rantai nilai nanas yaitu petani, pengumpul desa, pedagang besar, pedagang pengecer dan UKM dodol nanas.
3. Berdasarkan analisis nilai tambah, petani memperoleh nilai tambah yang paling rendah pada semua model rantai pasok, pada model yang kedua UKM dodol nanas memperoleh nilai tambah tertinggi. Berdasarkan nilai tambah yang diperoleh masing-masing aktor dapat dilihat bahwa adanya distribusi margin yang tidak adil atau tidak seimbang diantara aktor yang terlibat dalam rantai nilai nanas.
4. Peningkatan nilai pada rantai nilai nanas dapat dilakukan pada tiga sisi yaitu produk, proses, dan fungsi. Berikut merupakan strategi yang dapat diberikan kepada beberapa pemangku kepentingan yang terkait:
 - 4.1. Petani
 - Meningkatkan keterampilan dan mengelola pertanian nanas
 - 4.2. Pengumpul/Pedagang besar/Pedagang Pengecer
 - Menetapkan harga jual dan harga beli yang wajar dan sama di setiap daerah sehingga distribusi margin yang diperoleh adil atau seimbang
 - 4.3. Usaha pengolahan nanas
 - Menggunakan alat pengolahan modern, sehingga mampu melakukan produksi dalam skala besar dan kontinu
 - Meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing dengan produk yang serupa (pendaftaran sertifikat P-IRT ke Dinas Kesehatan)
 - Meningkatkan diversifikasi produk dalam peningkatan nilai tambah nanas
 - Memperluas mitra usaha dengan demikian akan meningkatkan permintaan produk turunan nanas
 - 4.4. Pemerintah
 - Memberikan perhatian terhadap pertanian dan usaha pengolahan nanas di Kecamatan Sipahutar melalui pemberian alsintan (alat mesin pertanian), pupuk kepada para petani, penyuluhan budidaya nanas, pelatihan manajemen usaha pengolahan nanas
 - Membangun koperasi sebagai pihak ke tiga antara petani dan pedagang dalam penjualan nanas untuk menghindari perbedaan harga jual nanas yang diterima oleh petani.
 - Membuat daerah sentra pengolahan nanas dan kelompok agribisnis nanas serta melakukan pelatihan kepada masyarakat dalam pembuatan produk turunan nanas.

Referensi

- [1] Subdirektorat Statistik Hortikultura. (2017) "*Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan Indonesia.*" Jakarta, Badan Pusat Statistik Indonesia.
- [2] Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2018) "*Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2018.*" Medan, Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- [3] Kaplinsky, R. dan Morris, M. (2000) "*A Handbook for Value Chain Research.*" Bellagio, IDRC.
- [4] Porter, M. E. (1985) "*Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.*" United States of America, Free Press.
- [5] Hayami, Y., Kawagoe, T., Marooka, Y. dan Siregar, M. (1987) "*Agriculture Marketing and Processing in Upland Java, A Perspective From Sunda Village.*" Bogor, Coarse Grain Roots and Tuber Center (CGPRTC).
- [6] Freddy, R. (2005) "*Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis.*" Jakarta, PT. Gramedia.
- [7] Hadiati, S. dan Indriyani, N. L. P. (2008) "Budidaya Nanas." *Agro Inovasi, Sumatera Barat* 4: 24.
- [8] Purcell, W. (1979) "*Agricultural Marketing, Systems, Coordination, Cash and Future Prices.*" Virginia(US), Reston Publishing Compan, Inc.
- [9] Dahl, D. dan Hammond, J. (1977) "*Market and Price Analysis. The Agricultural Industries.*" United State (US), Mc. Graw-Hill book Company, Inc.
- [10] Asmarantaka, R. (2009) "*Pemasaran Produk-produk Pertanian dalam Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran.*" Bogor, IPB Press.