HYβRIDA
ISSN: 3031-1314

Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 5 No 1 Tahun 2025.
PrefixDOI:10.3766/hibrida.v1i2.3753

KOTO BARU BERDAYA: STRATEGI PEMASARAN PINANG DAN PEPAYA UNTUK KEMANDIRIAN EKONOMI

Hambali[1], Flora Cinta Alisayeni[2], Haqqi Annazili[3], Rossa Inayah Hardi[4], Siti Nurhaliza[5], Sonya Mutiara Saqina[6]
[1]Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang
[2]Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam,
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Padang
[3]Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang
[4]Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
[5]Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang
[6]Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang
[1]hambali@ft.unp.ac.id, [2]Yeni_FMIPA_citaflora7@gmail.com, [3]haqqiannazili438@gmail.com, [4]rossainayahhardii@gmail.com, [5]sn2364935@gmail.com, [6]sonyamutiarasaqina@gmail.com

Abstract

Rural agricultural communities often face a paradox of high production potential versus low economic return due to structural market inefficiencies. This study aims to analyze the supply chain constraints of Areca nut and Papaya commodities in Nagari Koto Baru and formulate a competitive marketing strategy to achieve community economic independence. Employing a qualitative case study design, data were collected through in-depth interviews, focus group discussions (FGD), and field observations involving farmers, local government, and stakeholders. The data were analyzed using a SWOT matrix to identify internal capabilities and external market positions. The findings reveal that while Koto Baru possesses a comparative advantage in product quality and production continuity, the local economy is stifled by price volatility, high dependence on traditional middlemen (tengkulak), and a lack of post-harvest technology. Consequently, this study proposes a comprehensive strategic framework focusing on (1) product diversification and standardization to create value-added goods, (2) institutional strengthening through cooperative models to enhance bargaining power, and (3) digital market penetration to shorten the supply chain. These strategies provide a roadmap for transforming traditional farming into a market-oriented agro-industry, offering a scalable model for rural economic development in Indonesia.

Keywords: *Marketing strategy, areca nut and papaya, economic independence.*

Article History
Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

HYβRIDA
ISSN: 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 5 No 1 Tahun 2025.
PrefixDOI:10.3766/hibrida.v1i2.3753

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian yang menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat, terutama di wilayah perdesaan. Sumatera Barat, khususnya Kabupaten Padang Pariaman, merupakan salah satu daerah sentra yang memiliki keunggulan geografis dan iklim tropis yang mendukung pertumbuhan berbagai komoditas pertanian. Secara spesifik, Nagari Koto Baru di Kecamatan Padang Sago memiliki luas wilayah yang signifikan dengan kondisi tanah subur dan curah hujan optimal, menjadikannya wilayah yang sangat potensial untuk pengembangan komoditas hortikultura. Optimalisasi lahan di wilayah ini menjadi krusial dalam upaya mendorong kemandirian ekonomi lokal melalui sektor berbasis sumber daya alam.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian yang menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat, terutama di wilayah perdesaan. Sumatera Barat, khususnya Kabupaten Padang Pariaman, merupakan salah satu daerah sentra yang memiliki keunggulan geografis dan iklim tropis yang mendukung pertumbuhan berbagai komoditas pertanian. Secara spesifik, Nagari Koto Baru di Kecamatan Padang Sago memiliki luas wilayah yang signifikan dengan kondisi tanah subur dan curah hujan optimal, menjadikannya wilayah yang sangat potensial untuk pengembangan komoditas hortikultura. Optimalisasi lahan di wilayah ini menjadi krusial dalam upaya mendorong kemandirian ekonomi lokal melalui sektor berbasis sumber daya alam.

Pinang (*Areca catechu*) merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan permintaan yang stabil di pasar domestik maupun internasional. Buah pinang tidak hanya digunakan untuk keperluan tradisional dan ritual adat, tetapi juga memiliki potensi sebagai bahan baku industri farmasi dan kosmetik. Sementara itu, pepaya (*Carica papaya*) menjadi salah satu buah tropis yang memiliki kandungan gizi tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat, baik untuk konsumsi segar maupun sebagai bahan olahan industri makanan.

Kemandirian ekonomi masyarakat Nagari Koto Baru dapat tercapai melalui pengembangan strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan. Hal ini memerlukan pendekatan yang komprehensif, mulai dari peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk olahan, pengembangan jejaring pemasaran, pemanfaatan teknologi informasi, hingga penguatan kelembagaan petani. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya akan meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga dapat menciptakan *multiplier effect* bagi perekonomian daerah secara keseluruhan.

Penelitian ini dilakukan Secara Kualitatif yang melibatkan komunikasi dari masyarakat Koto Baru, bertujuan untuk menganalisis potensi komoditas pinang dan pepaya di Nagari Koto Baru serta merancang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi masyarakat setempat. Melalui pendekatan partisipatif dan berkelanjutan, diharapkan strategi yang dikembangkan dapat menjadi model pembangunan ekonomi berbasis masyarakat yang dapat diterapkan di daerah- daerah lain dengan karakteristik serupa.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas aspek teknis budidaya pinang dan pepaya (Labib dkk, 2023) atau analisis rantai pasok pertanian secara umum (Hidayah, 2022). Namun, masih sedikit literatur yang mengkaji secara spesifik mengenai rancangan strategi pemasaran partisipatif untuk kedua komoditas ini dalam kerangka kemandirian ekonomi nagari di Sumatera Barat. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menawarkan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan aspek peningkatan kualitas produk, diversifikasi olahan, hingga pemanfaatan teknologi informasi.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi komoditas pinang dan pepaya di Nagari Koto Baru serta merancang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi masyarakat setempat. Melalui pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat, kajian ini penting dilakukan untuk

HYβRIDA
ISSN: 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 5 No 1 Tahun 2025.
PrefixDOI:10.3766/hibrida.v1i2.3753

memberikan kontribusi nyata bagi upaya peningkatan ekonomi kerakyatan dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan komunikatif. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara menyeluruh kondisi aktual masyarakat dalam membudidayakan dan memasarkan komoditas pinang dan papaya di Nagari Koto Baru. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menganalisis fenomena sosial ekonomi masyarakat, terutama yang berkaitan dengan potensi dan tantangan dalam daya saing pasar. Pendekatan komunikatif diterapkan dalam bentuk komunikasi langsung dengan masyarakat misalnya, melalui wawancara, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan observasi lapangan. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara peneliti dan informan, sehingga peneliti bisa memperoleh pemahaman yang utuh dan jelas mengenai persepsi, harapan, serta praktik yang dilakukan masyarakat dalam kegiatan pertanian dan pemasaran pinang serta pepaya.

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk mendapatkan pemahaman utuh mengenai fenomena yang terjadi. Proses analisis mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, temuan lapangan dipetakan menggunakan Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Pendekatan ini memastikan bahwa strategi yang dihasilkan tidak hanya teoritis, tetapi berakar pada kekuatan internal dan peluang eksternal yang nyata di masyarakat Nagari Koto Baru.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan para petani di Nagari Koto Baru, diperoleh gambaran nyata mengenai kondisi budidaya dan pemasaran komoditas pinang dan pepaya di daerah tersebut. Kedua komoditas ini memiliki potensi ekonomi yang baik, tetapi masih menghadapi beberapa hambatan, terutama dalam hal pengelolaan dan pemasaran.

1. Komoditas Pinang

   Tanaman pinang di Nagari Koto Baru tumbuh secara alami tanpa perawatan khusus. Para petani hanya menunggu buah pinang matang dan kemudian memanennya. Menurut Ibu Safrida dan Faraniati, musim hujan atau kemarau tidak banyak memengaruhi hasil panen, namun jumlah panen sering tidak menentu.

   Setelah dipanen, buah pinang dipotong dan dijemur secara manual. Para pembeli biasanya datang langsung dan membeli dalam jumlah besar, tetapi dengan harga yang relatif murah. Pinang yang masih muda hanya dihargai sekitar Rp3.000/kg, sedangkan pinang matang bisa mencapai Rp15.000/kg. Sayangnya, petani belum mendapatkan bantuan alat atau dukungan promosi dari pemerintah nagari. Selain itu, pemasaran masih terbatas melalui pasar lokal atau pembeli yang datang ke desa.

   Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun pinang memiliki nilai ekonomi yang tinggi, petani belum bisa mendapatkan keuntungan maksimal karena keterbatasan alat, promosi, dan informasi pasar.

2. Komoditas Pepaya

   Berbeda dengan pinang, pepaya dipanen secara rutin, sekitar 1–2 kali dalam seminggu. Hal ini disampaikan oleh Bapak Buyung, salah seorang petani pepaya. Sebagian besar hasil panen dijual ke luar daerah, seperti ke Kota Padang. Biasanya pepaya dipetik sebelum benar-benar matang agar tidak cepat rusak selama pengiriman.

HYβRIDA
ISSN: 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 5 No 1 Tahun 2025.
PrefixDOI:10.3766/hibrida.v1i2.3753

Namun, pepaya juga menghadapi tantangan, yaitu serangan hama putih yang sering muncul pada buah yang terlalu matang. Hama ini dapat menyebabkan pepaya rusak atau gagal panen. Walaupun sudah ada kelompok tani di Koto Baru, para petani masih belum mendapatkan dukungan berupa alat pertanian atau bantuan promosi dari nagari.

3. Peluang dan Solusi Strategis

Melihat kondisi di lapangan, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan hasil dan pemasaran kedua komoditas tersebut, antara lain:

- Memberikan pelatihan kepada petani tentang cara mengelola panen dan pascapanen yang baik.
- Mendorong pembentukan koperasi atau kelompok tani yang lebih aktif dalam pemasaran.
- Membangun kerja sama antara petani dan pihak nagari agar bisa mendapatkan bantuan alat atau promosi.
- Mencoba membuat produk olahan dari pinang dan pepaya agar nilai jualnya meningkat.
- Menggunakan media sosial atau platform *online* untuk memperluas pasar.

Adanya penerapan strategi-strategi ini, diharapkan petani di Nagari Koto Baru bisa meningkatkan penghasilan, memperluas jangkauan pasar, dan lebih mandiri secara ekonomi.

4. Analisis SWOT Komoditas Pinang dan Pepaya di Nagari Koto Baru

Analisis SWOT dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi proses pemasaran komoditas pinang dan pepaya di Nagari Koto Baru. Temuan dari analisis ini dijadikan landasan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan berorientasi jangka panjang.

a. Kekuatan (*Strengths*)

- Mutu Produk yang Unggul: Komoditas pinang dan pepaya dari Koto Baru dikenal memiliki kualitas tinggi, baik dari segi ukuran, cita rasa, maupun ketahanan setelah panen.
- Hasil Produksi yang Memadai: Kesuburan lahan dan pengalaman turun-temurun para petani menjadikan hasil pertanian kedua komoditas ini cukup tinggi.
- Ketersediaan Panen yang Teratur: Khusus untuk pepaya, frekuensi panen yang stabil setiap minggu mendukung kontinuitas suplai untuk pasar lokal maupun luar daerah.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- Harga yang Tidak Stabil: Petani masih menghadapi fluktuasi harga yang signifikan akibat ketergantungan pada tengkulak dan tidak adanya standar harga tetap.
- Akses Pasar dan Informasi yang Terbatas: Proses pemasaran masih bergantung pada pembeli langsung di tingkat lokal, dengan keterbatasan akses ke informasi pasar dan konsumen di luar wilayah.
- Kelembagaan Petani yang Lemah: Keberadaan kelompok tani belum sepenuhnya optimal dalam fungsi produksi bersama, distribusi hasil, hingga penguatan posisi tawar petani.
- Keterbatasan Teknologi Pascapanen: Alat pendukung seperti mesin pengering atau fasilitas pengemasan modern belum tersedia, sehingga proses pascapanen masih tradisional.

c. Peluang (*Opportunities*)

- Kebutuhan Pasar yang Meningkat: Pepaya dan pinang memiliki potensi pasar yang luas, baik untuk konsumsi segar maupun bahan baku industri herbal dan pangan.
- Kemajuan Teknologi Digital: Perkembangan internet dan media sosial membuka peluang baru untuk memperluas jangkauan pemasaran dan promosi secara daring.

HYβRIDA
ISSN: 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 5 No 1 Tahun 2025.
PrefixDOI:10.3766/hibrida.v1i2.3753

- Adanya Dukungan Program Pemerintah dan Swasta: Program CSR dan bantuan pemerintah dapat dimanfaatkan untuk mendukung pelatihan, promosi, hingga sarana produksi.
- Peluang Inovasi Produk: Produk olahan seperti pinang kering kemasan atau olahan pepaya (jus, manisan) dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas segmen pasar.

d. Ancaman (*Threats*)

- Kompetisi dengan Produk dari Daerah Lain: Produk serupa dari daerah lain dengan harga lebih murah atau distribusi lebih luas dapat mengganggu daya saing petani lokal.
- Risiko Hama dan Kerusakan: Pepaya yang tidak ditangani dengan baik saat pengiriman berisiko rusak, ditambah dengan ancaman hama seperti kutu putih yang merusak kualitas buah.
- Ketergantungan Terhadap Tengkulak: Tanpa penguatan jalur distribusi mandiri, posisi petani akan tetap lemah dan bergantung pada pembeli besar yang menentukan harga.

PENUTUP

Dari hasil wawancara dan pengamatan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa komoditas pinang dan pepaya di Nagari Koto Baru memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan, namun belum sepenuhnya dioptimalkan. Berbagai tantangan seperti minimnya dukungan alat, kurangnya promosi, serta pemasaran yang terbatas masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan kedua komoditas ini.

Melalui strategi peningkatan kapasitas petani, pembentukan kelembagaan tani yang kuat, serta dukungan nyata dari pemerintah nagari, peluang pengembangan pinang dan pepaya dapat ditingkatkan. Tak hanya dari sisi kuantitas produksi, tetapi juga melalui diversifikasi produk olahan yang mampu memberikan nilai tambah. Dengan upaya bersama, diharapkan kesejahteraan petani di Koto Baru dapat meningkat, sekaligus memperkuat posisi nagari ini sebagai salah satu sentra pertanian yang berdaya saing di masa depan.

Melihat realitas ini, perlu adanya langkah strategis dan kolaboratif untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran kedua komoditas tersebut. Pelatihan dan pendampingan teknis kepada petani mengenai manajemen budidaya, pengolahan pascapanen, serta pemanfaatan teknologi pertanian menjadi sangat penting. Selain itu, pembentukan koperasi atau kelompok usaha bersama yang aktif dapat menjadi solusi jangka panjang dalam memperkuat jaringan distribusi dan pemasaran produk pertanian secara kolektif.

Pemerintah nagari dan instansi terkait juga memiliki peran penting dalam mendorong pemberdayaan petani, baik melalui penyediaan alat pertanian yang memadai, fasilitasi promosi hasil tani ke pasar yang lebih luas, maupun dengan menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan sektor pertanian lokal. Lebih jauh, pengembangan produk olahan berbasis pinang dan pepaya – seperti manisan pepaya, keripik pepaya, atau produk herbal dari pinang – bisa menjadi langkah inovatif untuk meningkatkan nilai tambah sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, A & Suhaeti, R. N. (2016). “Pemanfaatan Teknologi Pascapanen Untuk Pengembangan Agroindustri Perdesaan Di Indonesia”. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 34(1), 21-34.

Asir, M, dkk. (2022). “Implementasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Komoditas Tanaman Cabai di Kabupaten Sinjai”. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 8(4), 964-976.

Hidayah, I, dkk. (2022). “Peran Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Negara Maju Dan Negara Berkembang: Sebuah Kajian Literatur”. *Jurnal Salingka Nagari*, 1(1), 28-37.

Labib, A. F, dkk. (2023).” Strategi Pemasaran Pepaya Callina (Carica Papaya L.)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(3), 1680-1689.

Zuhdi, F. (2021). “Peranan Sektor Pertanian Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kampar”. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(1), 274-285.