

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA SARANG BURUNG WALET DI
KECAMATAN TANGGETADA KABUPATEN KOLAKA, SULAWESI
TENGGARA**

***MARKETING STRATEGY IN THE SWALLOW'S NEST BUSINESS IN
TANGGETADA DISTRICT, KOLAKA REGENCY, SOUTHEAST SULAWESI***

Campina Illa Prihantini*, Haerul, Syahrir, Masitah

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Peternakan
Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Sulawesi Tenggara, Indonesia

*Email: campinailla26@gmail.com

(Diterima 21-06-2023; Disetujui 25-07-2023)

ABSTRAK

Usaha sarang burung walet merupakan salah satu usaha yang mempunyai prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia pada saat ini. Hal tersebut didukung oleh kondisi lingkungan dan geografis yang sesuai serta sumber daya yang tersedia untuk mendukung kehidupan burung walet yang dapat ditemukan pada beberapa daerah di Indonesia. Penelitian ini menganalisis tentang strategi pemasaran pada usaha burung walet sebagai salah satu bisnis yang menjanjikan di masa mendatang. Analisis dilakukan dengan metode analisis deksriptif kualitatif, yakni analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan strategi berada pada posisi kuadran I yaitu strategi intensif dan strategi *integrative*. Rekomendasi strategi pemasaran sarang burung walet menghasilkan 4 strategi utama yang harapannya, dapat menjadi dasar dan bahan pertimbangan dalam pengembangan usaha sarang walet yang mampu mendorong kemandirian masyarakat dalam kehidupan ekonomi.

Kata kunci: Sarang Burung Walet, Strategi, Pemasaran, SWOT, Bisnis

ABSTRACT

Swallow's Nest business is one of the businesses that have bright prospects to be developed in Indonesia at this time. This is supported by the appropriate environmental and geographical conditions and resources available to support the life of swallows that can be found in several regions in Indonesia. This study analyzes the marketing strategy of the swallow business as one of the promising businesses in the future. The analysis was carried out by qualitative descriptive analysis method, namely SWOT analysis. The results of the analysis showed that the strategy is in Quadrant I, namely intensive strategy and integrative strategy. Recommendations swallow's nest marketing strategy produces 4 main strategies that hope, can be the basis and consideration in the development of Swallow's Nest business that is able to encourage people's independence in economic life.

Keywords: Swallow's Nest, Strategy, Marketing, SWOT, business

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas agribisnis yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi adalah sarang burung walet (Aidhil, 2017). Usaha sarang burung walet merupakan salah satu usaha yang

mempunyai prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia pada saat ini. Hal tersebut didukung oleh kondisi lingkungan dan geografis yang sesuai serta sumber daya yang tersedia untuk mendukung kehidupan burung walet

yang dapat ditemukan pada beberapa daerah di Indonesia (Aidhil, 2017; Budiman, 2019).

Sarang walet sudah dikenal sejak dahulu memiliki banyak manfaat. Sarang terbuat dari air liur burung walet ini mengandung protein yang berbentuk glikoprotein selain itu kalsium, besi phospor, kalium, dan natrium bahkan hampir 17 macam asam amino essensial, semi-essensial, dan non-essensial (Ayuti dkk., 2016; Marzuki & Sawitri, 2018). Banyaknya manfaat serta tingginya permintaan sarang walet, sementara minimnya hasil sarang walet di Indonesia memicu semakin terbukanya peluang dalam bisnis ini, Prospek bisnis sarang burung walet dari tahun ketahun semakin meningkat. Hal ini terbukti dari jumlah ekspor ke negara-negara lain semakin bertambah, untuk meningkatkan ekspor yang lebih besar, diperlukan teknik pemeliharaan dan perlakuan sarang yang lebih baik lagi, sehingga mampu meningkatkan kualitas maupun kuantitas hasil sarang burung walet, sehingga mampu meningkatkan kualitas pasar baik dalam maupun luar negri (Budiman, 2019).

Budidaya burung walet (*Collocalia Fushipaga*) memang sangat menggiurkan. Sarang yang dihasilkan

dari air liurnya bernilai ekonomi sangat tinggi. Harganya mencapai puluhan juta rupiah per kilogram di tingkat petani. Hasilnya, banyak orang berlomba-lomba mendirikan rumah atau gedung walet di beberapa daerah (Budiman, 2019). Tidak sedikit yang memperoleh rezeki besar dan menjadi jutawan dari penjualan hasil panen sarang burung walet. Sayangnya, tidak sedikit pula yang gigit jari. Bertahun-tahun gedung walet didirikan, tetapi walet tak kunjung datang atau jumlahnya hanya sedikit tiba-tiba kabur dan berbagai jenis hama yang mengancam kelangsungan hidup walet (Budiman, 2019).

Dalam kegiatan budidaya “rumah walet” burung walet sarang putih (*Collocalia fuciphaga*) merupakan jenis yang secara ekonomis banyak dipilih dibandingkan walet sarang hitam (*Collocalia maxima*) dan walet sarang rumput (*Collocalia linchi*) (Budiman, 2019). Burung walet yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi adalah burung walet jenis *chollocalia fuchipaga*. Produk hasil burung walet yang mempunyai nilai tinggi untuk perekonomian adalah sarangnya, atau yang lebih dikenal dengan sarang burung walet (SBW). Sarag burung wallet ini terbuat dari

kelenjar ludah (*glandula salivaris*) yang dipercaya memiliki berbagai manfaat.

Salah satu kegiatan yang menarik masyarakat untuk mengembangkan usaha sarang burung walet adalah kegiatan ekspor. Ekspor sarang walet sendiri tidak dapat lepas dari peran petani walet Indonesia. Namun, petani walet Indonesia sebagai produsen sarang walet menghadapi berbagai kendala, pada umumnya hasil produksi sarang walet rumahan yang layak konsumsi masih rendah, hal ini mengakibatkan sarang walet asal Indonesia dihargai lebih rendah dari pada harga di pasar internasional. Umumnya, rantai perdagangan sarang walet memiliki persamaan dengan saluran atau rantai pemasaran produk lainnya, yakni melibatkan beberapa pelaku, yaitu (1) petani/peternak walet, (2) tengkulak, (3) pedagang pengumpul, (4) pedagang besar, (5) pengusaha atau eksportir (Prihantini, 2015; Prihantini & Lutfiyanto, 2017; Budiman, 2019; Nurfadila dkk., 2021).

Keberhasilan suatu daerah dalam budidaya walet sarang putih (rumah walet) tentu saja tidak terlepas dari berbagai macam aspek, diantaranya adalah aspek lingkungan, bentuk dan struktur bangunan, serta faktor teknologi

burung walet itu sendiri. Kurangnya perhatian terhadap tiga aspek tersebut menyebabkan produksi sarang walet seringkali tidak maksimal bahkan mengalami kegagalan (Ayuti dkk., 2016; Budiman, 2019). Dalam perencanaan dan pengelolaan satwa termasuk burung walet diperlukan data ekologi yang lengkap mengenai seperti kebutuhan hidup dan perilakunya. Kebutuhan hidup yang utama adalah ruang habitat yang cukup dan memiliki ketersediaan pakan, air, tempat berlindung serta berkembang biak (Syahrantau, & Yandrizal. 2018).

Kecamatan Tanggetada merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara yang memiliki luas wilayah 275,71 km² dengan kepadatan penduduk 15.743 jiwa/km² Kecamatan ini selain mengandalkan sektor pertanian yang merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat, perekonomiannya juga digerakkan oleh hasil peternakan, perikanan dan kelautan selain pemasukan dari gaji pegawai negeri sipil dan wiraswata. Sejak tiga tahun terakhir ini masyarakat Kecamatan Tanggetada mulai tertarik dan melirik usaha sarang burung walet yang cukup menarik dan menggairkan karena menghasilkan keuntungan yang cukup

besar. Salah satu faktor utama yang membuat masyarakat tertarik adalah tingginya harga sarang burung walet. Harga sarang burung walet yang lebih putih bersih lebih mahal dibandingkan yang agak buram. Namun, tentunya harga ini masih bersifat fluktuatif dan seperti harga produk pertanian lainnya, yang masih sangat dipengaruhi oleh kondisi alam dan lingkungan (.

Dalam penelitian, ini peneliti hanya memfokuskan pada strategi pemasaran peternak usaha burung walet, karena di Kecamatan Tanggetada yang mana pada umumnya belum spesifik dalam memasarkan sarang burung walet, sehingga kebanyakan para peternak walet memasarkan produknya kepada para pengepul di beberapa daerah tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Tanggetada, Kabupaten Kolaka. Penetapan lokasi didasarkan atas pertimbangan bahwa di daerah ini banyak terdapat masyarakat yang membudidayakan dan mendirikan bangunan rumah burung walet. Waktu penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kurang lebih tiga bulan, yaitu sejak Juni 2022 sampai dengan Agustus 2022.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif yang dimaksud adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Total responden dalam penelitian ini adalah 50 orang yang terdiri atas 48 peternak sarang burung walet 1 orang pedagang pengepul sarang burung walet dan 1 orang perwakilan pemerintah Kecamatan Tanggetada, Kabupaten Kolaka yang bertugas dalam bidang bisnis dan perdagangan sebagai *key person* dari sisi pemangku kebijakan. Seluruh data primer yang berhasil dikumpulkan berupa catatan lapangan, komentar peneliti, uraian dari para responden dan *key person*. Data sekunder terdiri atas dokumen-dokumen berupa laporan, artikel, dan sumber data lainnya yang terkait dengan pemasaran sarang burung walet. Selanjutnya, data yang telah berhasil dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis SWOT dengan melakukan analisis situasi terkait pemasaran sarang burung walet.

Pada analisis ini peneliti menggunakan Matriks SWOT seperti yang telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dalam menentukan strategi pengembangan atas usaha atau bisnis

yang dijalankan (Sasmita dkk., 2022; Prihantini dkk., 2022; Purbaningsih dkk., 2023). Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats*) didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Oppurtinities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2016; Pertiwi, 2019). Matriks SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu mengembangkan sebuah bisnis, usaha melalui empat tipe strategi, yakni Strategi SO (*Strength – Opportunity*), Strategi WO (*Weakness – Opportunity*), Strategi ST (*Strength –*

Threat), dan Strategi WT (*Weakness – Threat*) (Novitasari, 2018; Sasmita dkk., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan IFAS & EFAS

Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)

Internal Factor Analysis Summary

(IFAS) adalah faktor-faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki peternak sarang burung walet. Setelah menentukan faktor kekuatan dan kelemahan peternak sarang burung walet, selanjutnya adalah memberikan bobot dari masing-masing faktor internal tersebut. Matriks IFAS dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. *Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)*

Matriks Faktor Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Nilai
1	Kualitas Produk	0.15	4	0.69
2	Bangunan Peternakan yang sesuai untuk burung walet dengan pendingin Ruangan	0.10	4	0.40
3	Jumlah produksi	0.11	4	0.43
4	Lamanya peternakan berdiri (hubungan dengan kepercayaan antar pedagang perantara dan peternak)	0.12	4	0.46
5	Bangunan rumah sarang burung walet mudah di bangun	0,10	3	0.31
Subtotal		0.58	19	2.20
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Nilai
1	Pemasaran masih terfokus pada satu tempat	0.12	3	0.25
2	Sulitnya mendatangkan burung walet	0.07	3	0.22
3	Di butuhkan modal yang besar	0.06	3	0.19
4	Teknologi masih sederhana	0.08	2	0.25
5	Tidak adanya dukungan dari pemerintah	0.08	2	0.15
Subtotal		0.42	12	1.07
Total		1.00	31	3.13

Sumber: Data primer setelah diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa strategi pemasaran sarang burung walet di Kecamatan Tanggetada sudah merespon kekuatan dan dapat mengatasi kelemahan dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai terbobotnya yaitu 3,13. Kekuatan terbesar strategi pemasaran sarang burung adalah kualitas produk dengan nilai terbobot 0,69 sedangkan kelemahan terbesar adalah Pemasaran masih terfokus pada satu tempat dengan nilai terbobot 0,25.

Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)

Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) adalah faktor-faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang dimiliki peternak sarang burung walet. Setelah menentukan faktor peluang dan ancaman peternak walet, selanjutnya adalah memberikan bobot dari masing-masing faktor eksternal tersebut. Matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)

Matriks Faktor Eksternal				
No	Peluang	Bobot	Rating	Nilai
1	Kebutuhan pasar akan sarang burung walet yang masih tinggi	0.12	4	0.47
2	permintaan pasar yang besar	0.11	4	0.46
3	Produksi yang masih dapat ditingkatkan	0.10	3	0.29
4	Harga jual dipasaran yang cukup tinggi	0.15	4	0.59
5	Keuntungan bagi pengusaha menjanjikan	0.13	4	0.51
Subtotal		0.60	19	2,32
No	Ancaman			
1	Nilai tukar dolar yang berubah-ubah	0.11	4	0.43
2	Serangan hama	0.08	4	0.34
3	Perubahan musim	0.05	2	0.10
4	Naiknya nilai jual tanah	0.07	3	0.20
5	Terganggunya keasrian lingkungan	0.09	3	0.26
Subtotal		0.40	16	1.33
Total		1.00	35	3,65

Sumber: Data primer setelah diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa strategi pemasaran sarang burung walet di Kecamatan Tanggetada juga sudah merespon peluang dan dapat mengatasi ancaman dengan baik. Hal ini

ditunjukkan dengan nilai terbobotnya yaitu 3,65. Peluang terbesar strategi pemasaran sarang burung walet adalah Harga jual dipasaran yang cukup tinggi dengan nilai terbobot 0,59 sedangkan

ancaman terbesar adalah Nilai tukar dolar yang berubah-ubah dengan nilai terbobot 0,43.

Hasil perhitungan matriks IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary*) yang menghasilkan nilai sumbu horizontal (X) dari faktor kekuatan (*Strenghts*) 2,20 dan nilai sumbu vertikal (Y) dari faktor peluang (*Opportunities*) 2,32.

Matriks Internal Eksternal

Matriks IE (*internal external*) merupakan matriks portofolio yang memposisikan pemasaran dalam tampilan sembilan sel. Matriks Internal-Eksternal

(Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan matriks IFE dan matriks EFE. Posisi suatu pemasaran dalam matriks IE ditentukan dari matriks IFE dan matriks EFE. Hasil skor total dari IFE Matrix berada pada sumbu X dan skor total dari EFE Matrix berada pada sumbu Y. Dari hasil analisis IFE dan analisis EFE, matriks IFE memiliki skor total 3,13. sementara matriks EFE memiliki skor total 3,65. Dalam matriks IE dapat digambarkan sebagai berikut.

		Total Rata-Rata Tertimbang EFE			
		Kuat 3,00-4,00	Sedang 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99	
Total Rata-Rata Tertimbang EFE	Tinggi 3,00-4,00	I Tumbuh & Kembangkan	II Tumbuh & Kembangkan	III Jaga & Pertahankan	Hasil IE
	Sedang 2,00-2,99	IV Tumbuh & Kembangkan	V Jaga & Pertahankan	VI Tuai atau Divestasi	
	Rendah 1,00-1,99	VII Jaga & Pertahankan	VIII Tuai atau Divestasi	IX Tuai atau Divestasi	

Gambar 1. Matriks Internal Eksternal (IE)
 Sumber: Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan Gambar 1, matriks IE di atas menunjukkan bahwa posisi strategi pemasaran sarang burung walet berada pada kuadran 1 (*grow and build*) yaitu memiliki kemampuan internal yang kuat dan eksternal yang tinggi. Suatu usaha yang masuk kedalam kuadran ini

sebaiknya dikelola dengan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Adapaun penjelasan tentang strategi integratif, antara lain:

1. Integrasi ke belakang adalah perluasan aktivitas lembaga untuk memasukkan produksi input yang sebelumnya dibeli dari luar.
2. Integrasi ke depan adalah upaya memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.
3. Integrasi horizontal adalah keadaan dimana sebuah lembaga mengintegrasikan produksi dari barang atau jasa.

Analisis SWOT

Pada Analisis SWOT merupakan tahap perumusan strategi pemasaran berdasarkan matriks SWOT dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di Kecamatan Tanggetada Kabupaten Kolaka. Analisis strategi pemasaran berdasarkan matriks SWOT mempunyai empat kelompok strategi yang diterapkan dan diperoleh dari analisis faktor internal dan faktor eksternal.

Dalam kekuatan utama industri perdagangan yaitu variabel kekuatan yang memiliki skor bobot jika di rata-ratakan yang terbesar, variabel Kualitas Produk, dengan jumlah nilai bobot sebesar 0,69. Sedangkan kelemahan pemasaran sarang burung walet adalah

variabel Pemasaran masih terfokus pada satu tempat, dengan nilai bobot sebesar 0,25. Peluang utama pemasaran sarang burung walet adalah variabel Kebutuhan pasar akan sarang burung walet yang masih tinggi dengan nilai bobot sebesar 0,47. Sedangkan ancaman utama bagi pemasaran sarang burung walet adalah variabel kondisi Nilai tukar dolar yang berubah-ubah dengan nilai bobot sebesar 0,43. Hasil dari pembobotan matriks IFE dan EFE menunjukkan posisi pemasaran sarang burung walet berada pada kuadran 1 (grow and build) yaitu memiliki kemampuan internal yang kuat dan eksternal yang tinggi. Suatu usaha yang masuk ke kuadran ini sebaiknya dikelola dengan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 2.

INTERNAL	KEKUATAN (S) 1. Kualitas Produk 2. Bangunan Peternakan yang sesuai untuk burung walet dengan pendinginan Ruangan 3. Jumlah produksi 4. Lamanya peternakan berdiri (hubungan dengan kepercayaan antar pedagang perantara dan peternak) 5. Bangunan rumah sarang burung walet mudah di bangun	KELEMAHAN (W) 1. Pemasaran masih terfokus pada satu tempat 2. Sulitnya mendatangkan burung walet 3. Di butuhkan modal yang besar 4. Teknologi masih sederhana 5. Tidak adanya dukungan dari pemerintah	
EKSTERNAL	PELUANG (O) 1. Kebutuhan pasar akan sarang burung walet yang masih tinggi 2. permintaan pasar yang besar 3. Produksi yang masih dapat ditingkatkan 4. Harga jual dipasaran yang cukup tinggi 5. Keuntungan bagi pengusaha menjanjikan	STRATEGI S-O 1. Peningkatan kualitas sarang burung walet.(S1,O3) 2. Peningkatan produksi sarang burung walet untuk pemenuhan pasar.(S3,O5) 3. perluasan jaringan pemasaran (S4,O1)	STRATEGI W-O 1. Membuat lembaga pendukung untuk pemasaran seperti koperasi.(W1,O1) 2. Peningkatan informasi teknologi.(W4,O3) 3. Perlunya informasi pasar (W1,O2)
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T 1. Peningkatan pengolahan pascapanen.(S3,T1) 2. Perlu adanya tindakan mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim dan cuaca dan musim.(S2,T3) 3. Pemerintah turut membantu pemasaran sarang burung walet dengan pemberian informasi dan akses pasar.(S4,T1)	STRATEGI W-T 1. Menjaga kualitas sarang agar tetap memiliki kualitas bagus.(W2,T3) W1,T5) 2. Memperkuat jalinan kerjasama antara peternak, pedagang dengan pihak industri dalam pemasaran sarang burung walet.(W5,T1)	

Gambar 1. Matriks Analisis SWOT
 Sumber: Hasil Analisis, 2022

Lebih lanjut berdasarkan hasil matriks analisis SWOT pada Gambar 2 terdapat beberapa strategi, selanjutnya strategi-strategi tersebut dirumuskan menjadi beberapa strategi inti yang memiliki kemiripan dikombinasikan pada strategi alternatif yang terpilih. Strategi-strategi terpilih disusun berdasarkan urutan prioritas penerapan dan pelaksanaan pada pemasaran sarang

burung walet, adapun urutan strategi tersebut antara lain:

- 1) Strategi I. Peningkatan produksi, kualitas dan pemasaran sarang burung walet.
- 2) Strategi II. Pendirian koperasi/UMKM pemasaran sarang burung walet di Kecamatan Tanggetada Kabupaten Kolaka.

- 3) Strategi III. Pemerintah memfasilitasi program pengolahan pasca panen, mitigasi dan adaptasi iklim.
- 4) Strategi IV. Memperkuat kerja sama antara peternak, pedagang, perusahaan dan pemerintah.
- d) Startegi IV. Memperkuat kerja sama antara peternak, pedagang, perusahaan dan pemerintah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan antara lain:

- 1) Pemasaran strategi menghasilkan strategi pada posisi kuadran I yaitu strategi intensif dan strategi integrative
- 2) Analisis pemasaran sarang burung walet menghasilkan 4 strategi inti antara lain:
 - a) Strategi I. Peningkatan produksi, kualitas dan pemasaran sarang burung walet.
 - b) Strategi II. Pendirian koperasi/UMKM pemasaran sarang burung walet di Kecamatan Tanggetada Kabupaten Kolaka.
 - c) Strategi III. Pemerintah memfasilitasi program pengolahan pasca panen, mitigasi dan adaptasi iklim.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidhil, M. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Burung Walet Di Kelurahan Macege Kecamatan Tanete Riattang Barat Kabupaten Bone. *Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.*
- Ayuti, T., Garnida, D. & Yudha, I. 2016. Identifikasi Habitat Dan Produksi Sarang Burung Walet (*Collocaliafuciphaga*) di Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Unpad. Lampung.*
- Budiman, A. 2019. 101 Kiat Mengatasi Permasalahan Budi Daya Walet. *Jl. H. Montong No.57, Ciganjur, Jagakarsa Jakarta Selatan 12630: Redaksi AgroMedia Pustaka.*
- Marzuki & Sawitri, N. 2018. Strategi Pemasaran Beras Kelurahan Kotabaru Reteh Kecamatan Keritang. *Jurnal Agribisnis. 7(2): 12-24.*
- Novitasari, M. P. 2018. Analisa Strategi Pemasaran Usaha Produksi Banih Padi Dengan Metode SWOT dan QSPM. [Skripsi]. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pertiwi, E, R. 2019. Strategi Pemasaran Produk Beras Pada PT. Pertani (Persero) Kota Makassar Sulawesi Selatan. *Skripsi. Program Studiagribisnis Fakultaspertanian Universitas Muhammadiyah Makassar*

- Sasmita Y, Prihantini CI, Nursalam, Musoffan, 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.
- Prihantini CI, Fawaid A, & Hasbiadi. 2022. Wisata Alam Kopi Mangrove di Desa Lembung, Kabupaten Pamekasan, Madura: Peluang dan Tantangan dalam Optimalisasi Upaya Menambah Nilai Biji Mangrove. *Jurnal Agrikultura*. 33 (3): 379-389.
- Prihantini CI. 2015. Efisiensi Pemasaran Garam Rakyat di Desa Padelegan, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan, Madura, Jawa Timur [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Nurfadila, Prihantini CI, Erni, Samaria, Erwin. 2021. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jambu Mete di Desa Rakadua, Kecamatan Poleang Barat, Bombana. *AGRIMOR: Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. 6 (3): 121-126.
- Prihantini CI, Samudra B, Purbaningsih Y, Yunike L, Suraturohmi IN, Sisi L. 2022. Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Komoditas Beras (Studi Kasus: Desa Polenga Kecamatan Watubangga Kabupaten Kolaka). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 8 (2): 1290-1297.
- Prihantini CI & Lutfiyanto. 2019. Analysis Of fertilizer distribution in Pamekasan Regency. *Agrimor: Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. 4 (4): 45-48.
- Purbaningsih, Y., Nursalam, N., Prihantini, C. I., Hasbiadi, H., Karim, A. T. A. , & Sejati, A. E. . (2023). Development Model of Sago Agroindustry Small and Medium Enterprises (SMEs) In Southeast Sulawesi Province: Income and Strategy Analysis. *HABITAT*, 34(1), 60–71. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2023.034.1.6>
- Rangkuti. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Syahrantau, & M. Yandrizal. (2018). Analisis Usaha Sarang Burung Walet di Kelurahan Tembilah Kota (Studi Kasus Usaha Sarang Burung Walet Pak Sutrisno). *Jurnal Agribisnis Unisi*.