



INTISARI

Beras Adan berasal dari pertanian organik dataran tinggi Krayan, Kabupaten Nunukan. Produk ini merupakan beras yang unggulan karena memiliki *aromatic flavor* dan komoditas ekspor ke negara Malaysia maupun Brunei Darussalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun dan memprioritaskan strategi pemasaran yang tepat untuk komoditas beras Adan organik di Dataran tinggi Krayan. Lokasi penelitian di kecamatan Krayan, Kabupaten Nunukan. Lokasi ini di pilih karena padi Adan hanya di budidayakan di sana. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* khususnya secara luasan daerah pertanian. Data penelitian bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer meliputi variabel internal dan eksternal yang mempengaruhi kegiatan padi Adan. Metode penyusunan strategi menggunakan SWOT dan QSPM. Hasil analisis SWOT pada pemasaran padi Adan menunjukkan bahwa ada tujuh strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan pemasaran padi Adan yaitu terdapat kegiatan promosi secara intensif, meningkatkan Kerjasama dengan pihak swasta, mengaktifkan kembali kelompok kelembagaan kelompok tani tiap desa, meningkatkan sinergi antara pemerintan daerah dan ekosistem pasar lokal, pemasaran dilakukan satu pintu, mempertahankan kualitas produk dan merancang *brand*, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemasaran beras adan. Fokus utama stategi pengembangan dengan Analisis QSPM menyimpulkan bahwa harus dilakukan peningkatan kerjasama dengan instansi pemerintana terkait kebijakan untuk pemasaran beras Adan.

Kata Kunci: Beras Adan, Kecamatan Krayan, SWOT and QSPM



ABSTRACT

Adan rice was produced from organic farming in the Krayan Highlands, Nunukan Regency. This product is premium rice quality because it has an aromatic and an export commodity to Malaysia and Brunei Darussalam. The objective of this research is to study and find out an appropriate marketing strategies for organic Adan rice of the Krayan Highlands. The research location is in the Krayan sub-district, Nunukan Regency. This location was chosen because Adan rice is only able to cultivate there. Purposive sampling method was applied in this research, especially in the Adan rice area. Research data sourced from primary data and secondary data. Primary data includes internal and external variables that affect Adan rice activities. The strategy formulation method uses *SWOT* and *QSPM*. The results of the *SWOT* analysis on the marketing of Adan rice show that there are seven strategies that can be applied for the development of marketing for Adan rice, namely are intensive promotional activities, increasing cooperation with the private sector, re-activating farmer groups in each village, increasing synergy between regional government and market ecosystems. local, one-stop marketing, maintaining product quality and designing brands, and increasing effectiveness and efficiency in marketing adan rice. The main focus of the development strategy with the *QSPM* analysis concludes that it is necessary to increase cooperation with government agencies related to policies for marketing Adan rice.

Keywords: Adan Rice, Krayan District, *SWOT* and *QSPM*