

STRATEGI PEMASARAN MANISAN BUAH DI DESA TEUPIN PUNTI KECAMATAN SYAMTALIRA ARON KABUPATEN ACEH UTARA

Munzilin¹, Elfiana², Martina²

¹Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

²Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Email: munzilin1994@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Teupin Puntir Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara pada bulan Agustus 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta strategi pemasaran manisan buah di Desa Teupin Puntir Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Dari hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas dan kelemahannya produk tidak tahan lama. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah tempat penjualan yang strategis dan ancamannya berdirinya usaha yang sejenis. Berdasarkan hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran manisan buah Kak Nong di Desa Teupin Puntir Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara adalah menggunakan strategi agresif yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan dan merebut peluang eksternal melalui kegiatan pemasaran untuk memperoleh keuntungan guna mencapai pertumbuhan perusahaan manisan buah yang berkelanjutan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Manisan Buah.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris di mana sebagian besar masyarakatnya hidup dari bercocok tanam, sehingga pembangunan sektor pertanian merupakan sektor penggerak perkembangan ekonomi dan laju pertumbuhan ekonomi. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor tumpuan yang diharapkan dalam proses pertumbuhannya dapat memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat cenderung meningkat. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian serta produk nasional yang berasal dari pertanian, artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional (Mubyarto, 2009).

Sektor pertanian memberikan kontribusi penting dalam menanggulangi kemiskinan, karena sebagian besar penduduk miskin di Indonesia berada di daerah pedesaan dan menggantungkan

hidupnya di sektor pertanian. Pertumbuhan pertanian merupakan salah satu kunci dalam penanggulangan kemiskinan. Pertumbuhan sektor pertanian juga akan mendorong pembangunan agroindustri. Agroindustri yang ikut berkembang adalah industri yang mengolah bahan baku primer yang dihasilkan pertanian, seperti industri pangan, tekstil, minuman dan lain sebagainya.

Salah satu hasil pertanian yang dimanfaatkan dalam agroindustri pengolahan makanan yaitu jenis buah-buahan. Buah-buahan selain dapat dikonsumsi dalam bentuk buah segar, juga bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan manisan buah. Usaha manisan buah ini memiliki prospek yang cukup besar karena sangat diminati oleh konsumen. Rasanya yang manis bercampur dengan rasa khas buah sangat

cocok untuk dinikmati diberbagai kesempatan.

Desa Teupin Punt Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara merupakan salah satu desa yang memanfaatkan buah-buahan sebagai bahan baku utama pembuatan manisan buah. Diantara buah yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku manisan yang bernilai jual tinggi yaitu jambu biji, salak, mangga, sentul dan kedondong. Pembuatan manisan buah dilakukan dengan metode pengawetan dan merendamnya dalam air gula dengan kadar yang tinggi. Tujuan pemberian gula dengan kadar yang tinggi pada manisan buah, selain untuk memberikan rasa manis, juga sebagai salah satu cara pengawetan yang dapat mencegah tumbuhnya mikroorganism perusak seperti jamur dan kapang, sehingga menghasilkan manisan buah yang aman dikonsumsi dengan aroma dan rasa khas buah.

Pemasaran manisan buah di Desa Teupin Punt adalah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih karena pemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha. Pemasaran juga merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya usaha manisan buah. Karena hasil akhir dari proses produksi penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Mengingat pemasaran merupakan faktor penting dalam setiap usaha, maka pemilik usaha manisan buah harus memahami benar tentang masalah pemasaran maupun strategi pemasaran yang digunakan. Manajemen strategi muncul sebagai reaksi terhadap perubahan lingkungan, yang mengharuskan pemilik usaha manisan buah untuk selalu melakukan pengamatan dan evaluasi terhadap lingkungan internal maupun eksternalnya. Pengusaha manisan buah akan dapat menentukan suatu strategi pemasaran berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha tersebut dan juga berdasarkan peluang dan ancaman dari lingkungan pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Manisan Buah di Desa Teupin Punt Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Teupin Punt Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara. Penentuan lokasi ini penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Teupin Punt Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara merupakan salah satu sentra produksi manisan buah. Penelitian ini direncanakan pada bulan Agustus 2016.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran manisan buah di daerah penelitian. Analisis ini didasarkan pada logika untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Oppourtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Theats*) (Rangkuti, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kondisi Internal dan Eksternal

Berdasarkan analisis deskriptif indentifikasi kondisi internal dan eksternal dalam strategi pemasaran manisan buah Kak Nong di Desa Teupin Punt berdasarkan data primer (kuesioner) diperoleh beberapa hal yang akan dipaparkan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 1. Identifikasi kondisi faktor internal dan eksternal

Faktor Internal			
Kekuatan (<i>Strenght</i>)		Kelemahan (<i>Weakness</i>)	
S1	Menggunakan bahan baku yang berkualitas	W1	Kapasitas produksi masih terbatas
S2	Pemilik usaha berpengalaman dalam membuat manisan	W2	Produk tidak tahan lama
S3	Ramah dengan konsumen	W3	Tidak adanya promosi
Faktor Eksternal			
Peluang(<i>Opportunity</i>)		Ancaman (<i>Threat</i>)	
O1	Tersedianya bahan baku	T1	Berdirinya usaha yang sejenis
O2	Permintaan konsumen meningkat	T2	Naiknya harga bahan baku
O3	Tempat penjualan yang strategis	T3	Kelangkaan buah yang bersifat musiman

Pada Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa ada 3 poin pada tiap-tiap faktor. Faktor tersebut diperoleh dari hasil identifikasi awal terhadap usaha manisan buah di Desa Teupin Punti Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara. Proses identifikasi tersebut dilakukan dengan memberikan questioner kepada

responden, guna memperoleh data yang dibutuhkan secara akurat.

Untuk menentukan suatu faktor kekuatan internal dan eksternal dapat dilakukan dengan analisa faktor kekuatan internal dan eksternal. Bobot masing-masing faktor internal dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 2. Matrik Urgensi Faktor Internal

No	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Menggunakan bahan baku yang berkualitas	X	A	C	A	E	A	3	20,0	*2
B	Pemilik usaha berpengalaman dalam membuat manisan	A	X	B	D	E	B	2	13,3	*3
C	Ramah dengan konsumen	C	B	X	C	E	C	3	20,0	*2
D	Kapasitas produksi masih terbatas	A	D	C	X	E	D	2	13,3	*3
E	Produk tidak tahan lama	E	E	E	E	X	F	4	26,7	*1
F	Tidak adanya promosi	A	B	C	D	F	X	1	6,7	*4
								15	100	

Sumber data primer (diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 3 di atas diketahui bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh produk tidak tahan lama dengan skor 26,7%. Hal ini berdasarkan hasil

perbandingan antar faktor internal. Perbandingan ini dilakukan dengan nalar yang objektif. Faktor yang paling berpengaruh dilihat dengan cara membandingkan antar faktor internal

kemudian ditabulasikan ke dalam tabel, diberikan nilai, diberikan bobot dan juga diberikan rangking. Adapun cara perangkingan ditentukan berdasarkan nilai

bobot yang diperoleh, nilai bobot yang paling tinggi diberikan rangking *1 (bintang satu) dan demikian seterusnya sesuai dengan urutan nilai bobot.

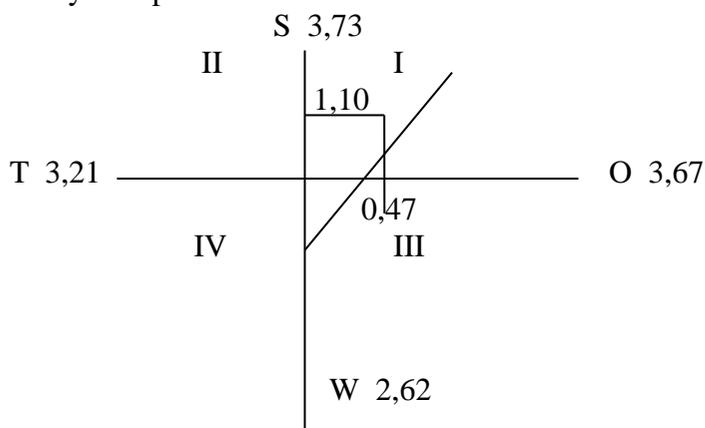
Tabel 3. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Tersedianya bahan baku	X	A	A	D	E	A	3	20,0	*2
B	Permintaan konsumen meningkat	A	X	C	B	E	F	1	6,7	*3
C	Tempat penjualan yang strategis	A	C	X	C	C	C	4	26,7	*1
D	Berdirinya usaha yang sejenis	D	B	C	X	D	D	3	20,0	*2
E	Naiknya harga bahan baku	E	E	C	D	X	E	3	20,0	*2
F	Kelangkaan buah yang bersifat musiman	A	F	C	D	E	X	1	6,7	*3
								15	100	

Sumber data primer (diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 4 di atas diketahui bahwa faktor eksternal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh tempat penjualan yang strategis dengan skor 26,7%. Dari hasil analisis matrik urgensi faktor internal dan eksternal, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi sesuai dengan hasil analisis matrik SWOT, sehingga strategi yang muncul

Menyusun peta kekuatan internal-eksternal:



Gambar 2. Peta Kekuatan Internal–Eksternal Usaha Manisan Buah

dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan dan memasarkan manisan buah di Desa Teupin Pundi

Analisis Diagram Posisi Kekuatan Internal-Eksternal Usaha

Dari hasil analisis matrik SWOT pada lampiran 2, maka dapat diketahui diagram posisi kekuatan organisasi berdasarkan total nilai bobot (TNB)

Berdasarkan peta di atas diketahui bahwa posisi usaha berada pada kuadran 1 yaitu menandakan sebuah usaha yang kuat dan berpeluang artinya usaha tersebut memiliki kekuatan yang besar untuk meraih peluang yang sangat besar. Rekomendasi strategi yang disarankan adalah strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), artinya usaha manisan buah Desa Teupin Puntir Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat

dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi yaitu memperbesar skala usaha atau memperluas wilayah pemasaran dengan meraih peluang secara maksimal.

Analisis Matriks SWOT

Setelah ditentukan faktor-faktor keberhasilan yang paling dominan untuk ditindak lanjuti dengan cara menganalisis faktor-faktor keberhasilan dari analisis SWOT seperti pada tabel berikut:

Tabel 5. Analisis Strategi SWOT Pemasaran Manisan Buah

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
		S1 Menggunakan bahan baku yang berkualitas S2 Ramah dengan konsumen S3 Pemilik usaha berpengalaman dalam membuat manisan
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
O1 Tempat penjualan yang strategis O2 Tersedianya bahan baku O3 Permintaan konsumen meningkat	1. Mempertahankan kualitas produk dengan memanfaatkan bahan baku yang berkualitas dan cukupnya ketersediaan bahan baku tersebut 2. Menjaga keramahan dengan konsumen dengan memanfaatkan tempat penjualan yang strategis 3. Memanfaatkan pengalaman dalam membuat manisan untuk memenuhi permintaan konsumen yang meningkat	1. Memanfaatkan tempat penjualan yang strategis dalam melakukan penjualan supaya terjual cepat karena produk tidak tahan lama 2. Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan bahan baku yang ada 3. Berusaha melakukan promosi agar permintaan konsumen semakin meningkat
Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
T1 Berdirinya usaha yang sejenis T2 Naiknya harga bahan baku T3 Kelangkaan buah yang bersifat musiman	1. Mempertahankan kualitas produk agar mampu menyaingi produk manisan dari usaha sejenis lainnya 2. Menjaga keramahan dengan konsumen yang membedakan pelayanan dengan usaha sejenis lainnya 3. Memanfaatkan pengalaman untuk mengolah manisan dari berbagai jenis buah untuk mengatasi kelangkaan buah	1. Berusaha memproduksi produk yang lebih tahan lama untuk menghindari resiko kerugian karena harga bahan baku naik dan usaha sejenis terus bermunculan 2. Meningkatkan kapasitas produksi untuk dapat menyaingi produk dari usaha sejenis lainnya 3. Melakukan promosi serta melakukan kerja sama untuk

yang bersifat musiman

memperoleh jenis buah yang bersifat musiman

Dari hasil analisis SWOT di atas dapat dilihat alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran manisan buah Kak Nong di Desa Teupin Pundi Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara, dimana posisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu kondisi yang sangat mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan yang ada pada perusahaan manisan buah untuk memanfaatkan peluang melalui kegiatan pemasaran untuk memperoleh keuntungan guna mencapai pertumbuhan perusahaan manisan buah yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas dan kelemahannya produk tidak tahan lama. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasikan peluang utamanya adalah tempat penjualan yang strategis dan ancamannya berdirinya usaha yang sejenis.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran manisan buah Kak Nong di Desa Teupin Pundi Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara adalah menggunakan strategi agresif yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan dan merebut peluang eksternal melalui kegiatan pemasaran untuk memperoleh keuntungan guna

mencapai pertumbuhan perusahaan manisan buah yang berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler. 2012. *Marketing*. Jilid I. Erlangga. Yogyakarta.
- Kurtz. 2008. *Pengantar Bisnis* (Jilid 1). Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Mubyarto. 2009. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi 111, LP3S: Jakarta.
- Puspitadewi. 2008. *Teori Produksi*. <http://www.library.ohiou.edu>. Diakses (20 Maret 2016)
- Rangkuti. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta.
- Rahayuningsih. 2013. *Strategi Pemasaran Buah di UD*. Wika Mitra Desa Kerobokan Kecamatan Kuta Utara. *Jurnal*
- Soekartawi. 2006. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Jakarta.
- Sugeng. 2014. *Strategi Pemasaran Buah Mangga (Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung)*. *Jurnal*
- Supranto dan Nandan. 2007. *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Swastha dan Handoko, 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Sylvia. 2006. *Analisis Strategi Pemasaran Jambu Biji Organik di PT Sawangan Bumi Makmur, Parung, Bogor*. *Jurnal*
- Tjiptono. 2008. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.