

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK AGRIBISNIS ES PISANG IJO RAJA

Product Marketing Development Strategy of “Es King Banana Green” Agribusiness

**Clerry Nathania Lungari, Ribka M. Kumaat, dan Celcius Talumingan
Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy used by the “Es Pisang Ijo Raja” business. The types of data used in this study were primary and secondary data and SWOT analysis was applied. The results showed that the marketing strategy that must be implemented by the “Es Pisang Ijo Raja” business is an aggressive growth strategy by maintaining the taste and quality of the product and improving employee service to keep the demand for “Es Pisang Ijo Raja” high. In addition, it is necessary to maintain prices and always pay attention to packaging and product safety so that consumers would remain loyal.

Keywords: strategy, strengths, opportunities, weakness, threats

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara pertanian artinya pertanian memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penduduk negara kita yang berprofesi sebagai petani dan menghasilkan banyak produk pertanian sehingga bisa sampai kepada produsen. Dengan melihat kondisi negara kita sektor pertanian merupakan sektor yang paling sangat penting bagi perekonomian suatu negara terutama negara Indonesia. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya.

Disamping itu strategi pemasaran yang di terapkan harus di tinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut, sehingga perlu dilakukan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, menetapkan posisi pasar. Berdasarkan gambaran diatas, sangat penting dilakukan strategi apa yang digunakan dalam usaha Es Pisang Raja Ijo juga faktor apa saja yang berpengaruh

baik dalam faktor internal maupun eksternal secara positif maupun negatif. Untuk itu sebelum merumuskan strateginya, perlu diketahui terlebih dahulu faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Es Pisang Ijo Raja. Itulah sebabnya peneliti melakukan penelitian ini dengan judul Strategi Pengembangan Produk Agribisnis Usaha Es Pisang Ijo Raja.

Inti dari pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan ketika *eBay* menyadari bahwa orang tidak mampu menemukan beberapa barang yang paling mereka inginkan, perusahaan tersebut menciptakan lelang online. Strategi menurut Purnomo Setiawan Hari sebenarnya berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” di ambil dari kata *stratos* yang artinya militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang di kerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang di maksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategi dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan kostumer value terbaik untuk itu ada beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan yaitu : Identifikasi lingkungan, analisis lingkungan, mentukan tujuan dan target ukur.

Pengertian analisis SWOT menurut *Rangkuti (2006)* adalah “ identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, dimana setiap perusahaan harus bisa memaksimalkan setiap kekuatan (*Stregth*) dan peluang (*opportunity*) dan bisa meminimalkan kelemahan (*Weakness*) serta ancaman (*Threats*).

Menurut *Kotler (2009)* analisis SWOT (*Stregth, Weakness, Opportunity, Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi “KEKEPAN”. Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau perusahaan kita kemudian kita juga harus melihat kesempatan atau *opportunity* yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan menghadang di depan kita.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan februari 2017 mulai dari persiapan sampai penyusunan laporan penelitian. Tempat penelitian di Jl.Gunung Krakatau No.21 Pakowa pada es pisang raja jjo.

Skor internal \longrightarrow total bobot kekuatan + total bobot kelemahan =1

Skor eksternal \longrightarrow total bobot peluang + total bobot ancaman =1

Skala 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) besar rata-rata nilai strategisnya (5-10 faktor strategis) yang dipa-

Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung (*observasi*) dan wawancara dengan menggunakan kuisisioner. Responden terdiri dari pemilik dan konsumen es pisang raja ijo.

Data sekunder diperoleh dari kuisisioner dengan memberikan daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden yang sudah dibuat lebih dulu oleh peneliti untuk dijawab secara tertulis. Wawancara untuk memperoleh data penelitian dengan cara Tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dan menggunakan alat yang dinamakan pedoman wawancara.

Konsep Pengukuran Variabel

Adapun variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) berupa sumber daya manusia (SDM), produksi dan operasi, pelayanan, lokasi, kualitas produk dll. Faktor eksternal (peluang dan ancaman) berupa pesaing, ancaman dari pendatang baru dan lain sebagainya.

Metode analisis data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan, dan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi. Untuk membahas rumusan masalah mengenai strategi pengembangan usaha es pisang ijo raja dengan menggunakan analisis SWOT.

Jumlah bobot pada masing-masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah 1(satu):

kai. Nilai rating berdasarkan besarnya pengaruh factor kondisi dirinya (*Rangkuti, 2006*) dengan ketentuan sebagai berikut: Untuk setiap variabel

diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus:

$$\alpha_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^n x_i}$$

Keterangan Rumus :

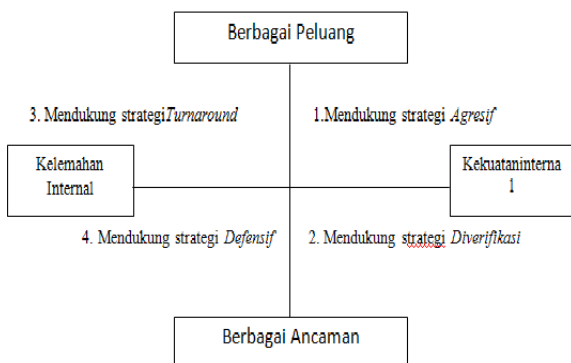
α_i : bobot variabel ke -- i

x_i : nilai variabel ke – i

i : 1,2,3,...../

n : jumlah variabel

Penentuan posisi perusahaan, dengan cara memadukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan sehingga dapat ditentukan titik koordinat data diagram SWOT. Gambar diagram analisis SWOT dapat dilihat gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT (Rangkuti, 2015)

Keterangan :

- i. Kuadran I, merupakan situasi yang sangat menguntungkan .
- ii. Kuadran II, posisi ini menandakan perusahaan yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar.
- iii. Kuadran III, perusahaan menjadi peluang pangsa pasar yang besar, tetapi perusahaan menghadapi kelemahan internal.
- iv. Kuadran IV, ini adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan.

Analisis faktor-faktor strategis internal dan eksternal (IFAS-EFAS)

Analisis faktor strategi internal dan eksternal adalah pengolahan faktor-faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor strategis. Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang.

Tabel 1. Matriks IFAS dan EFAS

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor
Internal: <i>Strength</i> (S)	S1 (0,0-1,0)	S2 (1-4)	S1 x S2 = S3
<i>Weakness</i> (W)	W1 (0,0-1,0)	W2 (1-4)	W1xW2= W3
Total	1,0		
Eksternal: <i>Opportunity</i> (O)	O1(0,0-1,0)	O2(1-4)	O1 xO2 = O3
<i>Treaths</i> (T)	T1(0,0-1,0)	T2(1-4)	T1 x T2 = T3
Total	1,0		

Sumber: Rangkuti, 2006

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Lingkungan Internal Es Pisang Raja Ijo

Identifikasi faktor internal suatu usaha merupakan lingkungan bisnis yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu usaha. Berikut ini adalah faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha es pisang raja ijo:

Faktor Internal (Kekuatan)

- **Harga Relatif Terjangkau**
Harga dari Es Pisang Ijo Raja ini sangat relative terjangkau di semua kalangan masyarakat baik itu kalangan menengah keatas maupun menengah kebawah yaitu dengan harga Rp. 12.000,-/porsi.
- **Rasa dan kualitas Es Pisang Raja Ijo**
Rasa merupakan hal terpenting dalam suatu penjualan produk agar bisa dilirik oleh pembeli dan menjadi faktor kekuatan bagi suatu usaha. dalam usaha Es Pisang Raja Ijo ini rasa merupakan hal utama yang diminati oleh konsumen, sehingga membuat konsumen membeli es pisang raja ijo.
- **Bahan Baku Yang mudah didapatkan**
Bahan baku yang dimaksud disini adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi Es pisang Raja Ijo. Adapun bahan baku yang digunakan yaitu bahan baku yang mudah diperoleh, akan tetapi produsen menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas terbaik dalam memproduksi es pisang raja ijo.
- **Pengemasan dan Keamanan Es Pisang Raja Ijo**
Dari segi keamanan es pisang raja ijo sangat layak untuk dikonsumsi karena dalam proses pembuatannya tidak menggunakan bahan pengawet sehingga es pisang raja ijo cepat rusak.
- **Karyawan yang ramah**
Pelayanan merupakan salah satu faktor penentu dalam menjual atau memasarkan suatu produk. Karyawan es pisang ijo raja ini selalu bersifat ramah dan selalu melayani pembeli dengan baik.

Faktor Internal (Kelemahan)

- **Daya Tahan Produk**
Dalam memproduksi es pisang raja ijo digunakan bahan yang alami tanpa pengawet. Oleh karena itu, es pisang raja ijo tidak dapat bertahan lama. Akan tetapi, jika menggunakan lemari pendingin es pisang raja ijo bisa bertahan sampai 2 atau 3 hari.
- **Kurangnya sarana promosi**
produksi es pisang raja ijo hanya memasarkan produk melalui penjualan yang dilakukan di beberapa lokasi penjualan.
- **Produk mudah ditiru**
Es pisang ijo sangat populer di kalangan masyarakat, dan dari segi pembuatan es pisang ijo sangat mudah untuk dibuat, oleh karena itu konsumen dengan sangat mudah untuk membuat es pisang ijo sendiri tanpa perlu membelinya.

Identifikasi lingkungan eksternal usaha es pisang raja ijo

Faktor eksternal (peluang)

- **Konsumen yang loyal**
Konsumen yang merasa puas akan suatu produk akan loyal produk tersebut. Es pisang raja ijo memiliki beberapa pelanggan tetap yang hampir setiap hari mengkonsumsi es pisang raja ijo.
- **Permintaan es pisang ijo yang tinggi**
Es pisang raja ijo adalah salah satu jenis panganan yang sangat di nikmati oleh masyarakat. es pisang ijo terbuat dari pisang raja yang di lilit dengan adonan tepung terigu, santan dan air daun pandan, dan di sajikan dengan sirup yang diberi es serut. Sehingga es pisang ijo sangat cocok di konsumsi pada saat musim panas. Pada saat musim panas permintaan es pisang ijo raja sangat tinggi.
- **Lokasi usaha yang strategis**
Lokasi usaha es pisang raja ijo ini dijual di titik-titik keramaian seperti sekolah, kampus, rumah sakit, perumahan dan lapangan olahraga.
- **Modal Usaha**
Dalam menjalankan suatu usaha tentunya memerlukan modal. Usaha es pisang raja ijo

sendiri tidak memerlukan modal yang besar. Hal ini dikarenakan bahan baku yang digunakan sangat muda di dapatkan dan selalu tersedia dimana dan kapan saja.

- Pangsa pasar luas

Hal ini di buktikan dengan es pisang ijo tidak hilang di telan zaman meskipun banyak produk-produk baru yang mulai disukai atau diminati oleh konsumen pada saat ini.

Faktor Eksternal (Ancaman)

- Cuaca/Iklim

Di indonesia mempunyai dua iklim yaitu hujan dan panas. Pada saat hujan permintaan es pisang raja ijo menurun, hal ini merupakan salah satu ancaman yang dapat mempengaruhi penjualan.

- Adanya pesaing

Bahan baku yang mudah di dapatkan, proses pembuatan yang mudah dibuat serta tidak perlu tenaga ahli dalam memproduksi es pisang raja ijo sehingga es pisang ijo raja ini bisa dibuat oleh siapa saja. Hal ini membuat banyaknya produsen baru yang memproduksi espisang ijo.

- Harga bahan baku naik

Produsen akan sangat merasa terancam jika terjadinya kenaikan harga bahan baku dan hal ini akan membuat produsen menaikkan harga jual produk yang di produksinya. Salah satu es pisang raja ijo ketika harga bahan baku naik, es pisang raja ijo yang semulanya dijual dengan harga Rp. 12.000,- /porsi akan meningkat tergantung berapa besar kenaikan harga bahan baku.

Perumusan Alternatif Strategi

Evaluasi Faktor internal (IFE)

Tabel 4Menunjukkan bahwa rasa dan kualitas es pisang raja ijo, bahan baku yang muda di dapatkan dan pelayanan dari kariawan merupak kekuatan utama dari es pisang raja ijo. Ketiga indikator tersebut memiliki nilai skor 0.057 yang berarti kekuatan paling penting dalam usaha ini. Sedangkan kurangnya promosi merupakan kelemahan dari es pisang raja ijo dengan nilai skor 0.122.

Tabel 4. Matriks IFE

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Harga relatif terjangkau	0.162	4	0.648
2	Rasa dan kualitasEs Pisang Raja Ijo	0.152	3.75	0.570
3	Bahan baku yang mudah didapat	0.152	3.75	0.570
4	Kemasan dan keamanan Es Pisang Raja Ijo	0.142	3.50	0.497
5	Karyawan yang ramah	0.152	3.75	0.570
	Jumlah Kekuatan			2.855
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Daya tahan produk	0.090	2.25	0.202
2	Kurangnya sarana promosi	0.070	1.75	0.122
3	Produk mudah ditiru	0.080	2	0.160
	Jumlah Kelemahan			0.484
	Total Kekuatan dan Kelemahan	1.00		
Skor Kekuatan dan Kelemahan		2.855 – 0.484 = 2.371		

Evaluasi faktor eksternal (EFE)

Tabel 5 menunjukkan bahwa lokasi usaha yang strategis menjadi peluang utama dari usaha espisang raja ijo karena memiliki skor 0.652. Selain itu, modal usaha yang dibutuhkan

dalam membuat es pisang raja ijo juga pangsa pasar es pisang raja ijo yang luas juga menjadi peluang dari usaha es pisang raja ijo dan memiliki skor 0.573. adapun faktor eksternal yang menjadi ancaman paling besar bagi es pisang

raja ijo ialah banyaknya pesaing dalam bidang yang sama dengan skor 0.124.

Tabel 5. Matriks EFE

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Konsumen yang loyal	0.142	3.50	0.497
2	Permintaan Es Pisang Raja Ijo yang tinggi	0.132	3.25	0.429
3	Lokasi usaha yang strategis	0.163	4	0.652
4	Modal usaha	0.153	3.75	0.573
5	Pangsa pasar yang luas	0.153	3.75	0.573
Jumlah Peluang				2.724
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Cuaca / iklim	0.102	2.50	0.255
2	Adanya pesaing	0.071	1.75	0.124
3	Harga bahan baku naik	0.081	2	0.162
Jumlah Ancaman				0.541
Total Peluang dan Ancaman		1.00		
Skor Peluang dan Ancaman		$2.724 - 0.541 = 2.183$		

Sumber : Data Primer

Tahap Pencocokan (*matching stage*)

Diagram yang di gunakan untuk menentukan posisi perusahaan dengan cara memadukan

kekuatan (*stregth*), kelemahan (*weakness*), peluang (*oppurtunity*), dan ancaman (*threath*) sehingga dapat di tentukan titik koordinat.

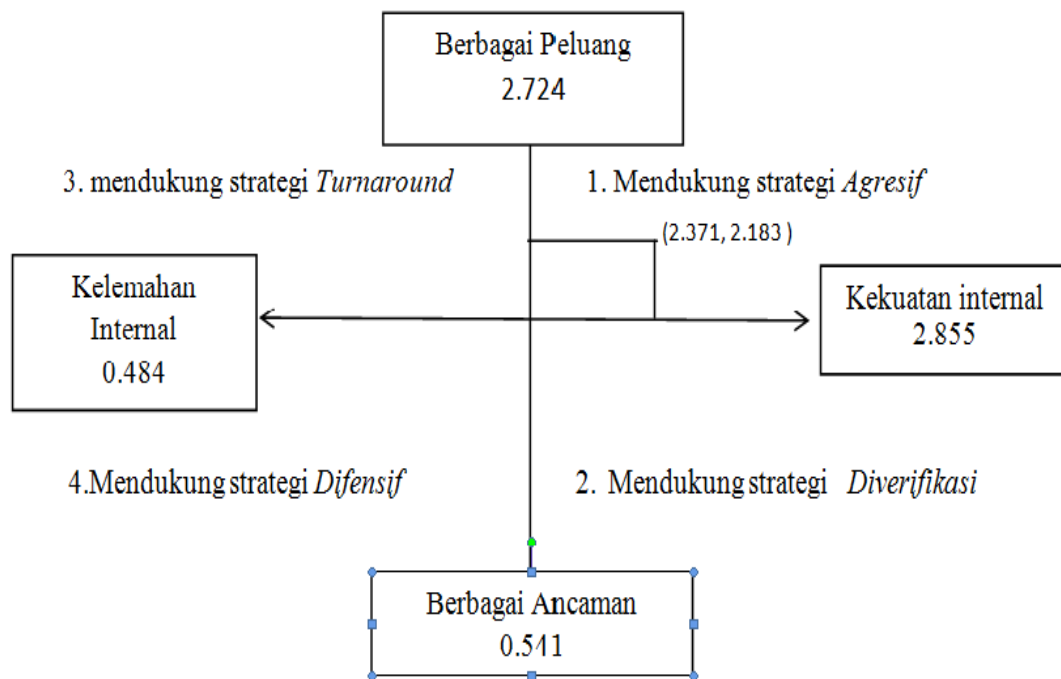


Diagram Analisis SWOT

Gambar diagram menunjukan titik (2.371, 2.183) yang diperoleh berada pada koordinat kuadran I yaitu strategi agrisif, pada

posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan karena perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini menunjukan sitiasu yang sangat

menguntungkan. Pengembangan Usaha Es Pisang Raja Ijo memiliki kekuatan dan peluang yang sifatnya saling mendukung, yaitu dengan cara menggunakan semua faktor kekuatan

dengan memaksimalkan peluang yang sebaik-baiknya.

Tahap Keputusan (*Decision stage*)

Tabel 5. Matriks SWOT usaha es pisang raja ijo

IFAS EFAS	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga relatif terjangkau (S1) 2. Rasa dan kualitas Es Pisang Raja Ijo (S2) 3. Bahan baku yang mudah di dapatkan(S3) 4. Pengemasan dan keamanan Es Pisang Raja Ijo(S4) 5. Karyawan Es Pisang Raja Ijo yang ramah(S5) 	<ol style="list-style-type: none"> 5 Daya tahan produk (W1) 6 Kurangnya sarana Promosi(W2) 7 Produk muda ditiru(W3)
Opportunity (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 8 Konsumen yang loyal(O1) 9 Permintaan es pisang ijo yang tinggi(O2) 10 Lokasi usaha yang strategis(O3) 11 Modal usaha yang tidak terlalu besar(O4) 12 Pangsa pasar luas(O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan rasa dan kualitas es pisang raja ijo dan lebih meningkatkan pelayanan kariawan agar permintaan ea pisang raja ijo tetap tinggi(S2, S5 – O2) 2. Tetap menjaga harga dan selalu memperhatikan pengemasan dan keamanan produk untuk mempertahankan konsumen yang loyal dan menguasai pangsa pasar.(S1, S4-O1,O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga produk agar bisa tahan lama agar tidak mempengaruhi jika nantinya terjadi kenaikan harga. (W1-O3)
Thearth (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuaca/Iklim(T1) 2. Adanya pesaing(T2) 3. Harga bahan baku naik(mempengaruhi harga jual)(T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan Harga yang terjangkau jika timbul banyak pesaing bagi es pisang raja ijo. (S1-T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi agar dapat bersaing dengan pesaing yang ada.(W2-T2)

Sumber : Rangkuti 2006

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka strategi pemasaran yang harus diterapkan oleh usaha es pisang ijo raja adalah strategi pertumbuhan yang agresif. Strategi ini merupakan strategi yang menguntungkan karena usaha es pisang raja ijo memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk mencapai peluang yang ada. Strategi ini dapat di implementasikan melalui beberapa strategi alternatif, yaitu mempertahankan rasa dan kualitas produk serta meningkatkan pelayanan karyawan untuk menjaga agar permintaan es pisang raja ijo tetap tinggi. Selain itu, tetap menjaga harga dan selalu memperhatikan pengemasan serta keamanan produk konsumen tetap loyal agar menguasai pangsa pasar.

Saran

Hal-hal yang dapat di sarankan untuk usaha es pisang raja ijo adalah mempertahankan rasa dan meningkatkan kualitas produk, tetap menjaga harga dan memperhatikan pengemasan serta keamanan produk, meningkatkan penjualan di lokasi-lokasi strategis, dan meningkatkan promosi untuk dapat lebih bersaing dengan usaha yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Kothler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.