



EFISIENSI DAN STRATEGI PEMASARAN KRIPIK SALAK

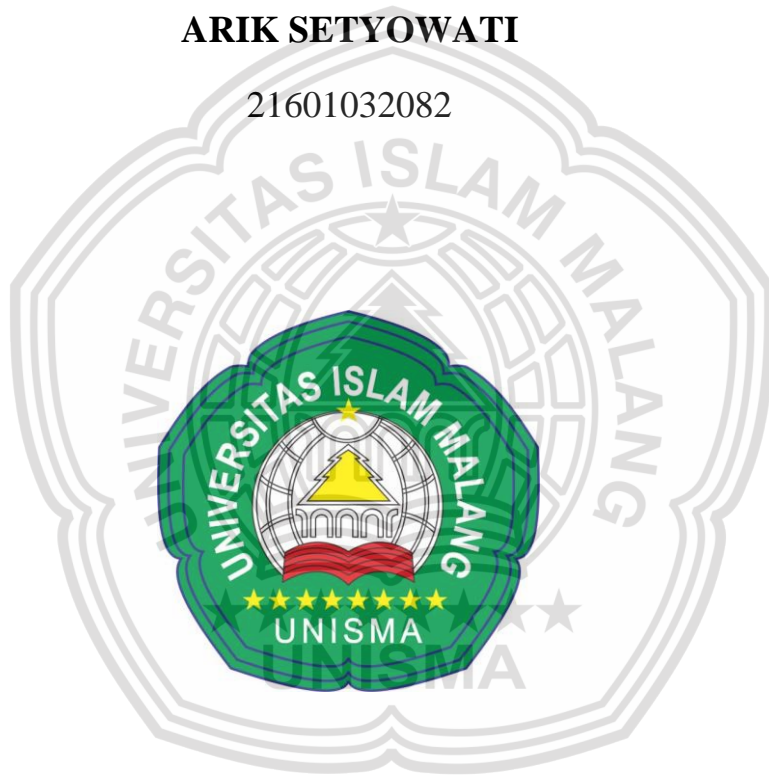
(Study Kasus: Pusat Oleh-Oleh Pronojiwo Winna Sari, Desa Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang)

SKRIPSI

Oleh:

ARIK SETYOWATI

21601032082



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2020



EFISIENSI DAN STRATEGI PEMASARAN KRIPIK SALAK

(Study Kasus: Pusat Oleh-Oleh Pronojiwo Winna Sari, Desa Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh:

ARIK SETYOWATI

21601032082



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2020

ABSTRAK

Buah salak yang tidak laku terjual dan cepat membusuk mengakibatkan kerugian bagi petani. Agroindustri pengolahan buah salak menjadi kripik salak dapat menghasilkan aneka olahan buah salak bernilai ekonomis tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi pengolahan kripik salak, dan menganalisis strategi pemasaran kripik salak. Penelitian dilakukan di CV. Winna Sari, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Metode analisis data menggunakan matriks IFE dan EFE untuk menghitung efisiensi dan metode QSPM untuk memutuskan prioritas strategi pemasaran kripik salak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pemasaran kripik salak efisien, ditunjukkan oleh nilai IEE sebesar 58 dan nilai IET sebesar 2 ($IEE > IET$). Agroindustri CV. Winna Sari memiliki kekuatan utama pada aspek mutu produk yang stabil ditunjukkan oleh skor 0,349, sedangkan kelemahan utama adalah teknologi pengolahan yang masih tradisional dengan skor 0.158. Peluang utama adalah pasar yang masih terbuka dengan skor 0.420, sedangkan ancaman utama harga bahan baku yang fluktuatif dengan skor 0.373. Hasil matriks QSPM menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang menjadi prioritas utama yang dapat dilakukan oleh agroindustri CV. Winna Sari adalah meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

Kata Kunci: efisiensi, strategi pemasaran, IEE, IET, QSPM

ABSTRACT

Snake fruit (*Salacca zalacca*), which is not selling well and quickly decays, causes farmers' losses. The agro-industry of processing salak fruit into zalacca chips can produce various processed fruits with high economic value. This study aims to analyze the processing efficiency of salak chips and to analyze the marketing strategy for zalacca chips. The research was conducted at CV. Winna Sari, Lumajang Regency, East Java. The data analysis method uses IFE and EFE matrices to calculate efficiency and the QSPM method to prioritize the zalacca chip's marketing strategy. The data analysis results showed that the marketing of zalacca chips was efficient, indicated by the IEE value of 58 and the IET value of 2 ($IEE > IET$). Agroindustry CV. Winna Sari has a major strength in the aspect of stable product quality shown by a score of 0.349. At the same time, the main weakness is the processing technology, which was still traditional, with a score of 0.158. The main opportunity is an open market with a score of 0.420. The main threat was fluctuating raw material prices with a score of 0.373. The QSPM matrix results conclude that the marketing strategy that was the top priority that can be carried out by CV. Winna Sari was to increase marketing promotion by utilizing advances in information and communication technology.

Keywords: *efficiency, strategic marketing, agroindustry*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sebagian besar luas daerahnya adalah lahan pertanian dan sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani. Potensi sumberdaya alam yang ada mampu memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan bagi bangsa Indonesia diantaranya tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan.

Pertanian sampai saat ini masih diyakini sebagai salah satu akar perekonomian bangsa Indonesia. Hampir di semua sector perekonomian tidak bias dilepaskan dari peran sector pertanian. Potensi alam yang melimpah, tanah yang subur, serta iklim yang cukup mendukung merupakan modal yang sangat mendukung bagi keberhasilan pembangunan pertanian. Hal ini dibuktikan pada sejarah dunia industri di Indonesia yang pernah mengalami krisis ekonomi. Strategi pengembangan industry yang hanya mengandalkan industry manufaktur saja ternyata sangat rapuh. Sebaliknya sector pertanian menunjukkan daya tahannya dalam menghadapi gelombang krisis (Sinaga, 2008).

Sektor industri berbasis pertanian (agroindustri) merupakan tulang punggung perekonomian nasional dan sumber penghidupan sebagian besar rakyat Indonesia. Kebutuhan tenaga kerja terapan merupakan salah satu faktor penting bagi pengembangan agroindustri untuk menghadapi tantangan masa depan berupa era globalisasi dan perdagangan bebas. Ketersediaan tenaga kerja terapan yang sudah mempunyai pemahaman terhadap nilai-nilai kearifan lokal diharapkan dapat memperkuat kemandirian perekonomian dikancah nasional dan internasional. Agroindustri berbasis pangan lokal memerlukan bahan baku berupa hasil pertanian

yang sesuai untuk diproses menjadi produk pangan. Hasil pertanian yang berasal dari produksi setempat akan mempermudah produsen agroindustri memperolehnya.

Disamping lebih dekat sumber bahan bakunya, harganya bisa lebih murah dibanding membeli bahan baku dari daerah lain yang lokasinya lebih jauh. bahwa produksi pertanian setempat mencukupi untuk bahan baku agroindustri yang ada di wilayah tersebut. Bisa dikatakan bahwa agroindustri tersebut tumbuh seiring dengan ketersediaan bahan baku yang relatif mencukupi (Hattori, 2015).

Salah satu komoditas pertanian yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dalam agroindustri adalah salak. Buah salak sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pemanfaatan buah ini sebagian besar dikonsumsi segar (buah matang), sebagian lagi dibuat sayur dan diolah dalam berbagai bentuk olahan makanan dan minuman. Sebagai salah satu jenis buah-buahan tropis salak masih berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini terutama didukung oleh permintaan pasar luar negeri terhadap buah-buahan tropis (termasuk salak) yang cenderung meningkat, baik dalam bentuk segar maupun produk olahan.

Dalam rangka meningkatkan daya saing komoditas salak Indonesia dipasaran adalah dengan melakukan penganekaragaman produk olahan salak, salah satunya keripik salak. Keripik salak merupakan salah satu produk olahan dari buah salak, dimana yang digunakan dalam pembuatan keripik salak adalah daging buah salak yang sudah matang. Agroindustri ini bisa membantu produsen dalam upaya meningkatkan pendapatan. Selain itu olahan salak juga merupakan proses pascapanen yang termasuk ke dalam pengawetan sehingga buah salak tidak cepat rusak dan masih bisa dinikmati dalam waktu yang cukup lama tetapi dalam bentuk dan rasa yang berbeda tidak seperti buah salak yang masih segar.

1.2. Perumusan Masalah

1. Berapa efisiensi pemasaran usaha kripik salak di CV. Winna Sari?
2. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha kripik salak di CV. Winna Sari?
3. Alternatif strategi apa yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk kripik salak di CV. Winna Sari?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menghitung efisiensi pemasaran usaha kripik salak di CV. Winna Sari,
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha kripik salak di CV. Winna Sari,
3. Untuk mengetahui strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk kripik salak di CV. Winna Sari.

1.4. Batasan Penelitian

1. Tempat penelitian yaitu di CV. Winna Sari yang merupakan usaha pengolahan buah salak menjadi kripik salak yang sampai periode penelitian masih memproduksi. Lokasi CV. Winna Sari Desa Sidomulyo, Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.
2. Penelitian dilakukan untuk meneliti tingkat efisiensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi Pemasaran dan strategi pemasaran yang perlu dilakukan CV. Winna Sari.
3. Analisis usaha yang dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat efisiensi CV. Winna Sari menggunakan R/C Ratio.

Penelitian ini menggunakan data produksi selama jangka waktu satu bulan produksi yaitu 9 Maret 2020 sampai dengan 9 April 2020.

1.5. Manfaat Penelitian

Praktek kerja lapang ini memberikan kontribusi pada beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi penulis sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program S1 dan sebagai tambahan pengetahuan serta pengalaman khususnya dibidang pemasaran.
2. Bagi Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang sebagai tambahan referensi.
3. Bagi pemerintah sebagai informasi guna mengambil kebijakan (*policy*) pemasaran kripik salak.
4. Bagi pelaku bisnis sebagai informasi dalam mendukung dan mengembangkan bisnis mereka, terutama pada komoditi buah salak menjadi kripik salak.
5. Bagi pembaca sebagai tambahan informasi mengenai pemasaran khususnya pada Agroindustri kripik salak.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal yang telah diteliti pada Industri Winna Sari, diketahui perusahaan memiliki 7 kekuatan yaitu (1) Adanya *Job Description* yang jelas, (2) Kemudahan dalam memperoleh karyawan, (3) Koordinasi yang kuat antar divisi, (4) Pengadaan bahan baku yang memadai, (5) Produk sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Lumajang, (6) ketersediaan modal yang mencukupi, dan (7) Mutu produk yang stabil. Terdapat 5 kelemahan pada perusahaan yaitu (1) Pencatatan data keuangan dan administrasi yang belum terkomputerisasi, (2) Kurang gencarnya promosi, (3) Pendistribusian produk masih minim, (4) Teknologi pengolahan salak masih tradisional, dan (5) sistem informasi dan komunikasi kurang memadai. Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal yang telah diteliti, Industri Winna Sari memiliki 5 peluang yaitu (1) Pasar yang masih terbuka, (2) Perkembangan teknologi pengolahan salak, (3) Loyalitas konsumen, (4) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dan (5) Kesempatan bekerjasama dengan petani lokal terbuka luas. Perusahaan juga memiliki 5 ancaman yaitu (1) Kerusakan bahan baku akibat perubahan iklim, (2) Kurangnya peran pemerintah, (3) Potensi munculnya pesaing baru, (4) Keberadaan pesaing saat ini, dan (5) Harga bahan baku yang berfluktuatif.
2. Terdapat beberapa alternatif strategi pengembangan bisnis yang dihasilkan berdasarkan analisis formulasi strategi menggunakan SWOT adalah (SO1) Meningkatkan kapasitas produksi, (SO2) Melakukan

penetrasi pasar, (WO) Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, (ST1) Meningkatkan mutu produk untuk mengungguli pesaing yang sudah ada, (ST2) Memantapkan produk agar tidak mudah ditiru oleh pesaing baru, dan (WT) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing.

3. Urutan prioritas strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh Industri Winna Sari berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan matriks QSP, yaitu :

- a. Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan STAS sebesar 5.931
- b. Meningkatkan kapasitas produksi dengan STAS sebesar 5.926
- c. Melakukan penetrasi pasar dengan STAS sebesar 5.893
- d. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing dengan STAS sebesar 5.447
- e. Meningkatkan mutu produk dengan STAS sebesar 5.287
- f. Mematenkan hak cipta produk dengan STAS sebesar 4.940

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan usaha pengolahan salak Industri Winna Sari, maka saran yang dapat diberikan kepada perusahaan untuk melaksanakan tiga prioritas utama alternatif strategi yang dihasilkan penelitian ini, antara lain Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Untuk meningkatkan promosi, Industri Winna Sari perlu menggunakan media sosial dan

internet sebagai media dalam memasarkan produk, sehingga produk yang dipasarkan akan semakin luas. Tujuan akhir dari strategi ini adalah meningkatkan pangsa pasar produk olahan salak sehingga mampu menembus pasar nasional dan internasional.

Strategi untuk meningkatkan kapasitas produksi, Industri Winna Sari perlu mengoptimalkan penggunaan alat yang tersedia serta pengomtimalan sumber daya manusia yang mudah didapatkan oleh perusahaan dengan cara merekrut warga sekitar rumah produksi. Meski peralatan yang dimiliki Industri Winna Sari masih tardisional, tetapi dengan memanfaatkan sumberdaya manusia yang cukup besar akan mampu meningkatkan kapasitas produksi.

Industri Winna Sari perlu melakukan strategi penetrasi pasar. Untuk melaksanakan strategi perluasan pasar, perusahaan perlu menambah gerai dan toko yang sudah ada. Pembukaan gerai dan toko baru dapat memanfaatkan tempat-tempat wisata, ataupun mencari ruko-ruko yang berada di pusat perbelanjaan kota untuk meningkatkan omset dari penjualan Produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandler. 1962. *Strategy and Structure: Chapters in the History of American Industrial Enterprise*. Chambridge: The MIT Press
- Cravens, W. David. 1998. *pemasaran strategis jilid 3; edisi ke-4, alih bahasa oleh Aris Ananda dkk*, Jakarta: Erlangga.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis, Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. 2009. *Konsep Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dimas, H. W., Zainul, A., and Sunarti. 2015. *Jurnal Administrasi Bisnis. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Dina, A., dan Ratna, W. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng Di Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang*. *Jurnal Efisiensi Pemasaran*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Doll, John P dan Orazem. 1984. *Production Economics Theory with Application*. New York. John Wiley & Sons inc.
- Downey, D. dan Erikson, S. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hadari, Nawawi. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tarigan, Robinson. 2007. *Ekonomi Regional, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, Cetakan Keempat.
- <https://anekamakananhalal.wordpress.com/2018/07/30/cara-baru-makan-buah-ala-kajeyefood/>
- <https://anekamakananhalal.wordpress.com/tag/keripik-buah-sokressh/>
- <https://marketing-teori.blogspot.com/>
- Huda, Khairul. 2015. *Strategi Pengembangan Agroindustri Kripik Singkong. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang*.
- Irawan & Suparmoko, 1992, *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo.

- Linda, M. F., I Nyoman, S., dan S.P.N. Nainiti. 2019. Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Efisiensi Pemasaran*. Nusa Tenggara Timur: Fakultas Pertanian Undana.
- Nuraini, Ibrahim. 2016. Strategi Pemasaran Komoditas Sayuran Organik. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam.
- Pearce dan Robinson. 1997. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Binarupa Aksara PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rahardi, Yovita H. I., Haryono. 1999. *Agribisnis Tanaman Buah*. Jakarta: Swadaya.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Pembedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Pembedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta : Penerbit Gramedia
- Rangkuty, F. (2013). *Analisis SWOT cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*.
- Sadono Sukirno. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar edisi ketiga*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sinaga, S. 2008. *Asam Abisik Sebuah Mekanisme Adaptasi Tanaman Terhadap Cekaman Kekeringan*.
- Slamet, Sugiri & Bogat Agus Riyono. 2001. *Akuntansi Pengantar 1*. Yogyakarta: Penerbit VPP AMP YKPN. Suparmoko, dan Maria R. Suparmoko, 2000. *Pokok-Pokok Ekonomika*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Soeharto, I. 2002. *Studi Kelayakan Proyek Industri*. Jakarta: Erlangga.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: Rajagrafindo Pustaka.
- Soekartawi. 2001. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI Press.
- Soekartawi. 2003. *Konsep agroindustry*. Jakarta: Rajagrafindo Pustaka.

Sugiarto, Et, Al. 2000. Ekonomi Mikro suatu pendekatan Praktis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto. 2002. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Suharsimi, Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Asdi Mahasatya.

Tarigan, Robinson. 2007. Ekonomi Regional, Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT. Bumi Aksara, Cetakan Keempat.

Zahro, Fatimatus. 2017. Strategis Pemasaran Bawang Goreng. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

