



Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Sale Pisang

Anah Furyanah¹. Haidilia Maharani²

Universitas Pamulang, email : anahfuryanah@yahoo.co.id

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa manfaat buah pisang sebagai nilai tambah di industry sari murni kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah. selain itu juga untuk mengetahui rancangan staretegi pemasaran sale pisang pada industry rumah tangga sari murni di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis, menggunakan analisa Nilai tambah metode hayami dan analisa SWOT. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah.

Hasil penelitian pada industri sale pisang sari murni yaitu setelah melakukan analisa menggunakan metode hayami terdapat nilai tambah pada industry sale pisang sari murni sebesar rp 5.740,- setiap kilogramnya. Buah pisang yang sebelum diolah mempunyai harga Rp 2.500 setelah diolah menjadi Rp 46.000,- untuk pisang sale dan Rp 35.000,- untuk pisang sale siem. Setelah melakukan analisis SWOT strategi pasar pada industry sale pisang sari murni adalah berada pada kuadran I yaitu menggunakan strategi SO (Strength-opportunity) yaitu menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi. Strategi tersebut yaitu : mengadakan kerjasama dengan reseller, lokasi strategis dekat dengan jalan besar dimaksimalkan untuk promosi dan pemasangan spanduk besar serta pemajangan produk yang lengkap, kualitas produk harus terus dijaga, menjaga ketersediaan bahan baku, pembinaan terhadap tenaga kerja.

Keywords: nilai tambah; strategi pemasaran; industri rumah tangga.

Abstract. This research was conducted with the aim of finding out the added value of bananas after being processing into bananas sale in Sari Murni household industries in Dayeuhluhur, Cilacap, Central Java. The next goal is to find out the design of the marketing strategy for Sale of bananas in the Sari Murni household industries in Dayeuhluhur sub District, Cilacap, Central Java.

Method of analysis : this study is descriptive analysis, using analysis of the Hayami method and SWOT analysis. Research location is in Cilacap Regency, Central Java Province.

The results of the research on Sari Murni banana industry, namely after analyzing using the Hayami method, there was an added value in the industry of the Sari Murni banana Sale of Rp. 5,740, - every one kilogram. Bananas which before processing have a price of Rp. 2,500,-/kg, after being processed into Rp. 46,000, -/kg for Ambon Sale Bananas and Rp. 35,000 for Banana Siem Sale. By using SWOT analysis of market strategy in the industry, Sari Murni banana industries in quadrant I, namely using the SO strategy (Strength-opportunity), which is using the company's strength to take advantage of the opportunities faced. The strategy is: collaborating with resellers, strategic locations close to major roads are maximized for the promotion and installation of large banners and complete product displays, product quality must be maintained, maintaining the availability of raw materials, guidance to workers.

Key words : Added value, marketing strategy, home industry

A. PENDAHULUAN

Buah pisang banyak ditemukan di pasaran dan mudah didapatkan. Untuk wilayah kabupaten Cilacap mayoritas adalah perkebunan sehingga buah pisang banyak ditemukan di kabupaten Cilacap bagian barat. Berikut data banyaknya pohon yang dipanen menurut jumlah komoditi di kabupaten Cilacap.

Tabel 1 : Banyaknya pohon yang di panen menurut jumlah komoditi di kabupaten Cilacap 2010-2016

Jenis Komoditi panen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alpukat	1885	2741	926	907	1447	1191	2136
Mangga	64969	174971	120751	111690	129175	113807	16813
Rambutan	268427	220083	115196	126684	190286	192497	127739
Duku	8959	5437	10298	2680	7249	7189	8316
Jeruk	166507	27609	66800	68618	46322	80295	90421
Belimbing	4878	3733	1244	1518	921	1105	1300
Manggis	1833	52603	44721	43635	48101	53213	71244
Nangka	62551	43371	17943	5659	15619	15446	15775
Durian	17398	46908	35150	10032	39942	32454	24194
Jambu Biji	72074	43214	14175	15716	14281	8671	17709
Sirsak	8228	6938	2159	2612	757	1146	2573
Melinjo	75772	66661	38152	23558	10819	16989	16935
Sawo	35317	42747	17754	13997	15425	8099	9913
Pepaya	136610	192143	135141	80245	91103	141066	165998
Pisang	1900818	1651392	470901	412990	463291	457361	516198
Nanas	43737	47109	11539	11951	7459	9599	11484
Salak	58653	63761	21413	17643	13804	16113	20400
Sukun	52165	37633	13895	11379	7749	12503	7153
Petai	60839	71018	39323	19930	22654	38619	37640
Jengkol	46979	30474	12544	10610	7564	16588	5366
Jambu Air	13190	11423	3786	5042	2819	3851	6028

Sumber : BPS Kabupaten Cilacap 2018

Berdasarkan table 1 diatas hasil panen terbanyak di kabupaten Cilacap adalah buah pisang sebesar 1.900.818 pohon pada tahun 2010 dan terus menurun sampai dengan tahun 2016 sebanyak 516.198 pohon tetapi masih terbanyak hasil panennya diantara buah-buahan yang lainnya. Penurunan jumlah hasil panen ini dapat disebabkan oleh ketidaktahuan adanya nilai ekonomis atau nilai tambah pada buah pisang



Tabel 2 : Produksi Sale Pisang pada Industri Rumah Tangga Sari Murni pada Bulan Desember 2017-April 2018

No	Bulan	Jumlah Pisang Mentah	Produksi Sale Pisang
1	Desember	60 kuintal	40 kg
2	Januari	62 kuintal	45 kg
3	Februari	60 kuintal	40 kg
4	Maret	65 kuintal	50 kg
5	April	70 kuintal	55 kg

Sumber : Industri Rumah Tangga Sari Murni, 2018

Berdasarkan table 2 diatas diperoleh data sale pisang pada industry sari murni bulan Desember 2017 sampai bulan April 2018. Produksi sale pisang setiap bulannya mengalami fluktuasi sesuai dengan permintaan konsumen. Nilai tambah suatu bahan baku akan lebih optimal jika adanya kerja sama antara petani dan industry keluarga. Maka dari itu penulis sangat tertarik untuk mengambil judul **“Nilai Tambah dan strategi Pemasaran Sale Pisang Pada Industri Rumah Tangga Sari Murni Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap Jawa Tengah”**.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berapa besar nilai tambah yang dimiliki oleh sale pisang di industry rumah tangga sari murni? Serta bagaimana strategi pemasaran sale pisang di industry sari murni kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai tambah buah pisang setelah melalui pengolahan menjadi sale pisang di industri sari murni di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Untuk mengetahui rancangan strategi pemasaran sale pisang pada industry rumah tangga sari murni di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah.

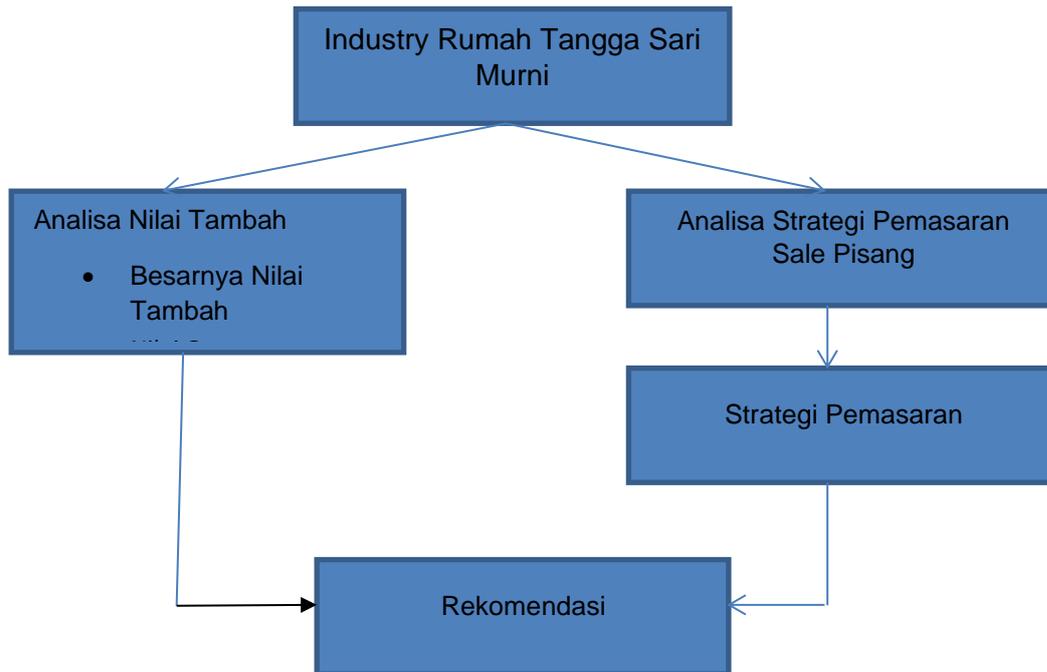
B. KAJIAN LITERATUR

Nilai Tambah, menurut blogspot.co.id (2017) dalam Agrobisnis nilai tambah adalah pertambahan nilai pada komoditas setelah melalui proses mulai dari pengolahan, penyimpanan pada suatu proses produksi.

Strategi Pemasaran, pengertian manajemen pemasaran menurut Sofjan Assauri 2013 dalam R Halim (2016) “manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.”

Industri, menurut Badan Pusat Statistika 2015 dalam Anah dan Sulis (2017) industri merupakan kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan perubahan barang jadi dan barang belum siap pakai menjadi barang yang mempunyai nilai untuk kelayakan suatu barang tersebut. Industri berdasarkan jumlah tenaga kerjanya terbagi empat.

Kerangka penelitian, untuk memberikan landasan teoritis yang memadai bagi penelitian.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

C. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe Penelitian, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis, mengenai analisa Nilai tambah dan analisa strategi pemasaran sale pisang pada industri rumah tangga sari murni Kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah

Jenis dan Sumber data, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini industri rumah tangga sari murni di desa Panulisan Tengah kecamatan Dayeuhluhur kabupaten, Cilacap provinsi Jawa Tengah. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (purposive) yaitu metode yang bersifat tidak acak dan dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, Nazir 1989 dalam Dindy Darmawanti Putri dkk (2012). Jumlah responden sebanyak 8 orang, yaitu 1 orang pimpinan perusahaan dan 7 orang karyawan bagian produksi dan bagian pengemasan pada Industry Rumah Tangga Sari Murni.

Teknik Pengumpulan Data, data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan dan empat orang karyawan Industri Sari Murni dengan menggunakan daftar pertanyaan (questionnaire), sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan literature yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

Variabel Penelitian, Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah industri rumah tangga sari murni, nilai tambah dan strategi pemasaran.

Teknik Analisis Data, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analitik. Analisa Nilai Tambah

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami.



Analisis Strategi Pemasaran, penentuan strategi pemasaran agroindustry sale pisang dengan menggunakan analisis SWOT, terlebih dahulu dihimpun data melalui daftar pertanyaan yang berisi seperangkat pernyataan yang telah dirancang sesuai dengan dimensi dan variabel untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Cara yang dipakai untuk menjawab daftar pertanyaan yang diajukan berdasarkan nilai penting untuk masing-masing item pertanyaan adalah dengan menggunakan skala Likert 5 (lima) tingkat, yaitu A = 5 (sangat baik); B = 4 (baik); C = 3 (sedang); D = 2 (kurang baik) dan E = 1 (sangat kurang baik). Untuk penentuan nilai penting terhadap masing-masing pertanyaan dilakukan kepada pihak yang paling mengetahui terhadap strategi pemasaran sale pisang. Menurut Rangkuti 2003 dalam Dindy Darmawanti Putri dkk (2012), langkah-langkah dalam penyusunan analisis SWOT adalah sebagai berikut: Penentuan indikator-indikator yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun faktor eksternal (peluang dan ancaman) bagi perusahaan. Indikator (item pernyataan) yang terdapat dalam kuesioner didapat dari hasil pengamatan langsung dan wawancara dengan orang-orang yang mengetahui keadaan agroindustry keripik pisang yang sebenarnya. Penentuan nilai rating, yaitu ST (sangat tinggi) = 5, T (tinggi) = 4, S (sedang) = 3, R (rendah) = 2, SR (sangat rendah) = 1. Pemberian bobot pada masing-masing indikator berdasarkan tingkat signifikansi dengan jumlah keseluruhan adalah 1. Penentuan nilai kepentingan yang merupakan perkalian antara bobot dengan nilai rating pada masing-masing indikator.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Produksi Sale Pisang, Pengadaan Bahan Baku dan Bahan Penolong

Tabel 4. Daftar bahan penolong produksi sale pisang

No	Uraian	Biaya	
		Pisang sale Ambon	Pisang sale siem
1	Minyak goreng 6 pcs @ 2lt	Rp175.000,-	Rp 175.000,-
2	Tepung beras 5 kg @ Rp 10.000,-	Rp 50.000,-	Rp 50.000,-
3	Tepung Terigu 4 kg @ Rp 8.000,-	Rp 32.000,-	Rp 32.000,-
4	Bahan bakar 1 tabung gas	Rp 24.000,-	Rp 24.000,-
5	Plastik 1 kg	Rp 30.000,-	Rp 30.000,-
6	Paneli	Rp 2.000,-	Rp 2.000,-
7	Gula pasir 1/2 kg	Rp 7.000,-	Rp 7.000,-
8	Garam	Rp 1.000,-	Rp 1.000,-
9	Cetak kemasan, label	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
	Total	Rp 326.000,-	Rp 326.000,-
	Penggunaan bahan baku (kg)	100	100
	Sumbangan input lain(Rp/Kg)	Rp 3.260,-	Rp 3.260,-

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4, terlihat bahwa dalam penggunaan bahan penolong untuk pembuatan sale pisang ambon pada industry sari murni adalah sebesar Rp. 3.260,-, sedangkan untuk pembuatan sale pisang siem adalah sama dengan sale pisang ambon yaitu Rp 3.260,-.



Penggunaan Tenaga Kerja, Proses produksi yang dilakukan setiap hari adalah 6 jam.

Tabel 5. Perhitungan upah tenaga kerja perjam dalam sehari

Penghitungan upah tenaga kerja per jam			
Proses	Jumlah tenaga kerja		Rata-rata
Proses pengupasan dan pengupasan	36@Rp2000	Rp 72,000.00	
Proses penggorengan	<u>2@Rp50.000</u>	Rp 100,000.00	
Proses pengemasan	1@Rp50.000	Rp 50,000.00	
Total	7	Rp 222,000.00	Rp 31,714.29
Rata-rata /jam : sehari ada 6 jam			Rp 5,285.71

Sumber : Data Primer diolah 2019

Dari tabel 5, dapat dilihat bahwa tenaga kerja per jam dapat rata-rata upah sebesar Rp 5.285,71

Nilai Tambah Sale Pisang Industri Sari Murni

Tabel 6. Perhitungan nilai tambah yang dihasilkan

No	Variabel	Nilai	
		Sale Pisang Ambon	Sale Pisang Siem
	Output, Input dan Harga		
1	Output yang dihasilkan (kg/hari)	25 kg	25 kg
2	Bahan baku yang digunakan (kg/hari)	100 kg	100 kg
3	Tenaga kerja (jam/hari)	6	6
4	Faktor konversi (1/2)	0,25	0.25
5	Koefisien tenaga kerja	0.06	0,06
6	Harga output (Rp/kg)	Rp 46.000,-	Rp 35.000,-
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/jam) pendapatan dan keuntungan	Rp 5.285,-	Rp 5.825,-
8	Harga bahan baku (Rp/Kg bahan baku)	Rp 2.500,-	Rp 2.500,-
9	Sumbangan Input lain (Rp/kg output)	Rp 3.260,-	Rp 3.260,-
10	Nilai output (4x6)(Rp)	Rp 11.500,-	Rp 8.750,-
11	a. Nilai tambah (10-9-8)(Rp)	Rp 5.740	Rp 2.990,-
	b. Rasio nilai tambah (11a/10)x100%	49,91%	34.17%
12	a. Imbalan tenaga kerja (5x7)(Rp)	Rp317,1	RP 317,1
	b. Bagian tenaga kerja (12a/11a) x 100	9,2%%	25,57%



	%)		
13	a. Keuntungan (11a -12a)(Rp)	Rp 5.422,9,-	Rp 2.672.9,-
	b. Tingkat keuntungan (13a/11a)x 100 %	94,5%	89,39%

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari tabel 6 dapat dilihat faktor konversi merupakan pembagian antara jumlah output yang dihasilkan dengan bahan baku yang digunakan. Dari tabel 6 diperoleh faktor konversi pisang ambon dan pisang siem adalah 0,25 yang berarti bahwa setiap kilogram buah pisang menghasilkan 0,25 kg sale pisang, hal ini diperoleh karena ada bagian dari bahan baku pisang yang terbuang yaitu dari mulang pengupasan kulit, ada buah pisang yang rusak atau busuk dan pengurangan kadar air buah pisang pada saat penjemuran dan penggorengan pisang.

Koefisien tenaga kerja menunjukkan tenaga kerja langsung yang dibutuhkan dalam pembuatan sale pisang. Koefisien tenaga kerja merupakan hasil bagi antara tenaga kerja (HOK) dengan jumlah bahan baku, semakin banyak baha baku yang digunakan maka akan semakin kecil koefisien tenaga kerja. Bahan baku yag digunakan oleh industry sari murni yaitu sebanyak 1 kuintal atau 100 kg sehingga menghasilkan koefisien tenaga kerja adala 0,06.

Nilai tambah yag diperoleh digunakan untuk membayar biaya tenga kerja dan keuntungan pemilik industry sari murni. Hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai tambah yang dihasilkan oleh industry sale pisang sari murni untuk sale pisang ambon adalah sebesar Rp 5.740,-. Hal ini berarti buah pisang ambon apabila dijual tanpa diolah menjadi sale harganya adalah sebesar Rp 2.500,- sedangkan apabila diolah menjadi sale pisang memperoleh nilai tambah adalah sebesar Rp 5.740,- dengan harga per kg nya dalah untuk pisang sale ambon sebesar Rp 46.000,- dan pisang sale sieum dari harga buah pisang sebesar Rp 2.500,- dan sudah menjadi sale pisang harga per kg nya adalah sebesar Rp 35.000,-. Nilai tambah yang berasal dari sale pisang sieum berbeda dengan sale pisang ambon . Sale pisang siem mempunyai nilai tambah yaitu sebesar Rp 2.990,-. Meski nilainya lebih kecil dari sale pisang ambon tetapi tetap diatas harga buah pisang apabila dijual tidak diolah sebesar Rp 2.500,- . Sale pisang ambon dan sale pisang sieum di industry sari murni keduanya mempunyai nilai tambah dengan rasio 49,91 % dan 34,17%. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 1 pada penelitian ini diterima karena pengolahan buah pisang menjadi sale pisang memberikan nilai tambah di industry rumah tangga sari murni kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap..

Nilai tambah dari kedua sale pisang tersebut sebesar masing-masing Rp 5.422,9,- dan Rp 2.672,9,- di distribuskikan ke tenaga kerja yang berarti bahwa setiap satu kilogram pisang sale maka biaya tenaga kerja untuk kedua pisang sale adalah sebesar Rp 317.1,- dan dengan rasio 9.2% untuk sale pisang ambon dan 25.57% untuk rasio tenaga kerja sale pisang siem, hal ini lebih kecil dibandingkan distribusi ke tingkat keuntungan untuk sale pisang ambon dengan rasio 94,5% yaitu sebesar Rp 5.422,9,- dan sale pisang siem dengan rasio 89,39% sebesar Rp 2.672,9,-. Kecilnya rasio tenaga kerja bukan berarti rendahnya perolehan tenaga kerja tetapi ini menggambarkan perimbangan besarnya bagian pendapatan dengan bagian pendapatan pemilik industry.

Strategi Pemasaran Industri Sale Pisang Sari Murni



Tabel 7. Hasil Analisa SWOT Kekuatan

No	Faktor	bobot		Rating	Nilai tertimbang (bobotxrating)
		Nilai	%		
1	Kualitas produk sale pisang	4	0.18	5	0.91
2	Ketersediaan tenaga kerja	5	0.23	5	1.14
3	Bermitra dengan kelompok petani pisang	4	0.18	5	0.91
4	Hubungan baik dengan distributor	5	0.23	4	0.91
5	Lokasi usaha	4	0.18	2	0.36
	Total	22	1		4.23

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Tabel 8. Hasil Analisa SWOT Kelemahan

No	Faktor	Bobot		Rating	Nilai tertimbang bobotxrating
		Nilai	%		
1	Penggunaan teknologi informasi(e-commerce) dan mekanisasi	3	0.13	4	0.52
2	Promosi	3	0.13	3	0.39
3	Diversifikasi	2	0.09	2	0.17
4	Jaringan distribusi	2	0.09	4	0.35
5	Modal usaha	3	0.13	3	0.39
6	Kemasan produksi yang belum menarik	3	0.13	2	0.26
7	Teknologi pengolahan sale pisang	3	0.13	3	0.39
8	Ijin SIUP dan PIRT	4	0.17	4	0.70
		23	1		3.17

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Tabel 9. Hasil Analisa SWOT Peluang

No	Faktor	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang bobot x rating
----	--------	-------	--------	------------------------------------



		Nilai	%		
1	Peran produk local	5	0.17	4	0.69
2	Banyaknya rumah makan	4	0.14	4	0.55
3	Toko penjual makanan khas dll	4	0.14	3	0.41
4	Jumlah pengrajin	4	0.14	4	0.55
5	Kemudahan akses pemasaran	4	0.14	4	0.55
6	Membuat inovasi baru	3	0.10	4	0.41
7	Kepercayaan konsumen	5	0.17	4	0.69
	Total	29	1	27	3.86

Sumber : Data Primer diolah, 2019

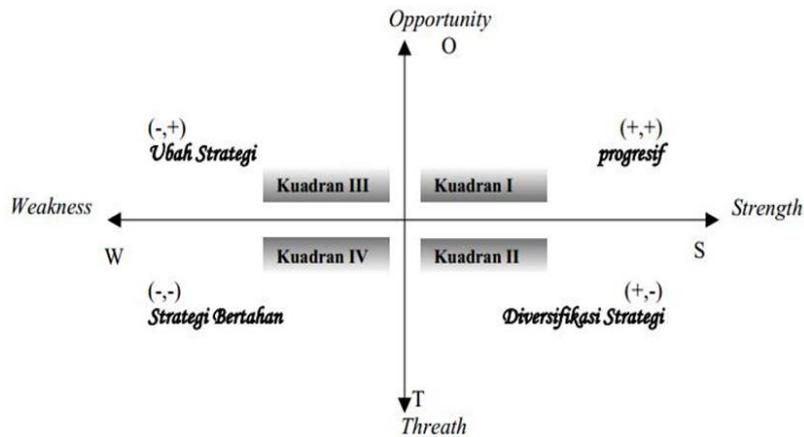
Tabel 10. Hasil analisa SWOT Ancaman

No	Faktor	Bobot		Rating	Nilai Tertimbang bobotxrating
		Nilai	%		
1	Persaingan usaha	4	0.21	3	0.63
2	Pergeseran pola konsumsi	4	0.21	2	0.42
3	Polusi lingkungan	4	0.21	3	0.63
4	Perubahan cuaca	4	0.21	4	0.84
5	Persaingan perolehan bahan baku	3	0.16	4	0.63
		19	1	16	3.16

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Penentuan Posisi Pada Industry Sale Pisang Sari Murni

Posisi perusahaan dapat ditentukan dengan memetakan hasil analisa dari analisa SWOT. Hasil analisa SWOT dapat diketahui dengan memetakan analisa faktor internal dan eksternal. Hal ini ditujukan untuk memberi peraturan untuk penentuan strategi yang dilakukan oleh produsen.



Gambar 2 : Matriks Posisi SWOT

Tabel 11. Pembobotan Analisa SWOT

	IFAS		Rata-rata
EFAS	S= 4.23	W = 3.17	
O = 3.86	SO=8.09	WO = 7.04	3.70
T = 3.16	ST= .39	WT = 6.33	3.51

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan analisa matrix yang digunakan untuk memetakan posisi persaingan pada industry sari murni, maka melalui nilai rata-rata skor pembobotan IFE yang menggambarkan kekuatan internal perusahaan pada sumbu x sebesar 3,7. Untuk rata-rata skor pembobotan EFE yang menggambarkan daya tarik perusahaan pada industry sari murni pada sumbu y adalah sebesar 3,5. Setelah diketahui matrik IFE dan EFE nya maka didapat hasil bahwa industry sale pisang sari murni berada pada kuadran I. Berdasarkan hasil tersebut maka industry rumah Sale pisang Sari Murni berada pada posisi tumbuh dan membangun (Growth Opportunity). Posisi industry Sari Murni pada kuadran I ini sangat menguntungkan. Industri Sari Murni memiliki kekuatan dan peluang yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus digunakan dalam memanfaatkan situasi ini adalah harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy) dimana harus menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi industry sari murni. Dengan adanya nilai IFAS dan EFAS, dari ke empat faktor tersebut nilai yang paling besar adalah nilai dari faktor Strength(S) dan Opportunities (O) sebesar 8,09. Maka dari itu strategi yang tepat untuk digunakan dalam industry sari murni adalah strategi S-O.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis ke 2 dalam penelitian ini diterima yaitu posisi usaha industry sale pisang Sari Muri di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap berada di kuadran I yaitu strategi SO (Strenghts-opportuity).

Formulasi Strategi

Industri Sari murni harus focus pada strategi memanfaatkan kekuatannya untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Industry sari murni harus mampu membaca dan menggunakan peluang yang ada sekarang untuk memajukan industry sari murni sehingga bisa bertahan dan bahkan ikun bersaing dengan pengrajin industry sale di pasar. Adapun langkah staretgi yang harus dilakukan oleh industry sari murni dikategorikan ke dalam strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang.

Startegi Jangka Pendek

1. Mengadakan kerjasama dengan rumah makan dan toko makanan khas di sekitar lokasi untuk menjadi reseller. 2. Lokasi usaha yang strategis dijadikan sarana promosi dengan membuat spanduk yang besar dan pajangan Sale pisang yang lengkap serta sebagai wisata kunjungan konsumen melihat langsung pembuatan pisang sale. 3. Kualitas produk harus terus di jaga untuk menjaga kepercayaan konsumen. Kualitas suatu produk harus konsisten bahkan harus terus ditingkatkan mulai dari rasa, tekstur, bentuk dan kemasan yang terus up date untuk menyenangkan para konsumen dan mapu bersaing dengan pengrajin sale pisang lainnya. 4. Menjaga persediaan bahan baku selalu ada untuk menambah inovasi varian produk sebagai produk lokal yang banyak diminati pelanggannya. 5. Para tenaga kerja harus terus diberikan pembinaan dari mulai pengupasan, pengirisan dan penjemuran sampai dengan penggorengan dan pengemasan.

Strategi Jangka Panjang

1. Meningkatkan produksi dan memperluas jaringan penjualan ke luar kota atau luar pulau Jawa. 2. Meningkatkan kualitas pengemasan dengan menggunakan plastic atau dan kertas untuk penulisan merknya harus yang lebih menarik. 3. Membuat inovasi produk dengan pemberian tambahan rasa atau toping atau bentuk. Hal ini dilakukan untuk menangani kebosanan atau kejenuhan konsumen terhadap produk tersebut.

Matriks SWOT

Tabel 12. Alternatif Strategi Pengembangan Industri Sale Pisang Sari Murni

INTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESS
	1. Kualitas produk 2. Ketersediaan tenaga kerja 3. Bermitra dengan kelompok tani 4. Hubungan baik dengan distributor 5. Lokasi usaha	1. Belum menggunakan teknologi informasi (<i>e-commerce</i>) dan mekanisasi 2. Kurangnya promosi
OPPORTUNITY	STRATEGI S O	STRATEGI W O



<ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Produk Lokal 2. Banyak rumah makan di sekitar lokasi 3. Banyak toko penjual makanan khas 4. Jumlah pengrajin 5. Kemudahan akses pemasaran 6. Membuat inovasi baru 7. Kepercayaan konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kerjasama dengan rumah makan dan toko makanan khas di sekitar lokasi untuk menjadi reseller (S1,4 dan O2,3) 2. Lokasi usaha yang strategis dijadikan sarana promosi dengan membuat spanduk yang besar dan pajangan Sale pisang yang lengkap dan wisata kunjungan proses produksi sale pisang (S5 dan O5 3. menjaga Kualitas produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggalakkan promosi baik dengan spanduk di sekitar lokasi atau promosi dimedia sosial berisi tentang berbagai produk dan testimoni tamu (facebook, instgram, dll) (W 1, 2 dan O7) 2. Menyediakan pengiriman ke luar kota dengan biaya murah dan tepat waktu (W1, dan O1,2
THREATS	STRATEGI S T	STRATEGI W T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan usaha 2. Pergeseran pola konsumen 3. Polusi Lingkungan 4. Perubahan cuaca 5. Persaingan perolehan bahan baku 	<p>Membuat variant rasa pisang sale yang mengikuti perkembangan zaman (S 1, 2 dan T1, 2)</p>	<p>Memperbaharui alat produksi dan merubah cara pengepakan agar lebih higienis (W1 dan T1)</p>

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Terdapat nilai tambah pada pengolahan sale pisang industry sari murni yang berlokasi di desa Panulisan Tengah Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap. Nilai tambah dari pisang sale ambon industry sari murni adalah sebesar Rp 5.740,- setiap kilogramnya. Sedangkan nilai tambah pisang sale sieum industry sari murni adalah sebesar Rp 2.990,- per kilogramnya. Harga buah pisang ambon dan sieum sebelum diolah adalah sebesar Rp 2.500,- kemudian setelah diolah menjadi pisang sale ambon adalah sebesar Rp 46.000,- per kilogramnya dan untuk pisang sieumnya sebesar Rp 35.000,-.

Strategi pemasaran untuk industry sari murni pisang sale yang ada di desa Panulisan Tengah Kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap adalah menggunakan startegi SO (*strategy*



Strength-Opportunity) yang berada pada kuadran I pada matrik SWOT dengan nilai EFAS nya adalah 3.5 dan nilai IFAS nya sebesar 3,7. Hal ini menunjukkan bahwa industry sale pisang sari murni harus menggunakan startegi mengembangkan kekuatannya dengan menggunakan peluang yang ada untuk memajukan industry dan mampu bersaing di pasar sehingga industry sari murni dapat terus bertahan bahkan mengalami kemajuan. Strategi tersebut yaitu : mengadakan kerjasama dengan reseller, lokasi strategis dekat dengan jalan besar dimaksimalkan untuk promosi dan pemasangan spanduk besar serta pemajangan produk yang lengkap, kualitas produk harus terus dijaga, menjaga ketersediaan bahan baku, pembinaan terhadap tenaga kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Almasdi Syahza dan Cakra (2007). Analisi Nilai Tambah dan Peluang Pengembangan Bebuahan Sebagai Komoditas Unggulan Agribisnis Di Kabupaten Karimun Proponsi Riau. *Jurnal Eksekutif* Vol. 7 No. 4.
- A Nugroho (2017). <http://UMY.ac.id>
- Badan Pusat Statistik. *Provinsi Jawa Barat* , 2015.
- Badan Pusat Statistik. *Provinsi kabupaten Cilacap*, 2018.
- Dindy Darmawanti P dkk (2012). Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Rangka Mencapai ketahanan Pangan Di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *Jurnal SEPA*. Vol 8. No. 2, 162-167.
- Hayami, Kawagoe, Marooka, Siregar 1987(2017) dalam *Blogspot.co.id*.
- Irwansyah Simin (2014) Analisi Nilai Tambah Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang Pada Industri Rumah Tangga Sofie Di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis* 2 (5), 510-516.
- Mutmainah Hamidah dkk(2015). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Keripik Ubi Di Kota Pontianak. *Jurnal Social Economic of Agriculture*,vol. 4 No. 2.
- Nathalie Elfriyani dkk (2012). Analisis Nilai Tambah dan prospek Pengembangan Agroindustri Dodol Tomat. *Sosio Ekonomika Bisnis*. vol 15, No 1.
- H. Apriyani.2015.<https://repository.widyatama.ac.id>
- Ida BGS. Eka Artika, Ida Ayu Ketut Marini, (2016). Analisis Nilai Tambah (Value Added) Buah Pisang Menjadi Kripik Pisang Di Kelurahan Babakan Kota Mataram. *Ganec Swara*, Vol. 10, No 1.
- Industri Rumah Tangga *Sari Murni*, 2018.
- Khusna Ismiya Yanuasari dkk (2015). Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Serta Pengembangan Agroindustri Kacang Oven Pada CV. TB Mitra Garuda Di Kabupaten *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 03, No. 1 / Oktober 2019



Jember. *Agritrop Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* Vol. 13 No. 2.

Nurul Annisa/XI 115 B/26.(2005). Kewirausahaan Industri Rumah Tangga.
www.academia.edu

R Alhalim.2016. dalam <https://repository.Unpas.ac.id>

Uswatun Hasanah dkk(2016). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Sale Pisang Di
Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmu Pertanian*, Vol. 18 No 3.