

NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PEMASARAN SALE PISANG

Anah Furyanah¹, Haidilia Maharani²
Universitas Pamulang
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 dan untuk mengetahui rancangan stategi pemasaran sale pisang pada industry rumah tangga sari murni di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis dengan metode penelitian 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. Sedangkan nilai tambah pisang sale sieum industry sari murni adalah sebesar Rp 2.990,- per kilogramnya. Buah pisang yang sebelum diolah mempunyai harga Rp 2.500 setelah diolah menjadi Rp 46.000,- untuk pisang ambon 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.

Kata Kunci: nilai tambah, strategi pemasaran, industry 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 sub-district, 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. This 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. After carrying out a 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-buahan yang mempunyai daya guna dan berguna untuk industri rumah tangga adalah juga dimiliki oleh buah pisang. Selain itu 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 table 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

Tahun	Buah Pisang
2010	1900818
2011	1651392
2012	470901
2013	412990
2014	463291
2015	457361
2016	516198

Sumber : BPS 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. Maka dengan kondisi seperti ini akan menjadi peluang baik untuk peningkatan nilai ekonomis dengan menjadikan buah pisang mempunyai nilai tambah dibandingkan dengan dijual tidak diolah terlebih dahulu.

Berdasarkan penelitian Irwansyah Simin (2014) mengenai nilai tambah buah pisang menjadi keripik pisang adalah nilai tambah merupakan selisih antara nilai output, sumbangan input lain dan harga bahan baku. Nilai tambah yang dihasilkan oleh industri Sofie sebesar Rp. 34.533,34/kg. Rasio nilai tambah merupakan persentase antara nilai tambah dengan nilai output. Besarnya rasio nilai tambah pada industri Sofie sebesar 81,44%. Dimana hasil dari rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 81,44%, menunjukkan bahwa setiap

Rp 100 nilai produk keripik pisang akan diperoleh nilai tambah sebesar Rp. 81,44.

Salah satu industri rumah tangga di kabupaten Cilacap kecamatan Dayeuhluhur yang mengolah buah pisang menjadi sale adalah industri rumah tangga yang bernama Sari Murni yang berdiri dari tahun 1990 an dan masih dapat bertahan sampai dengan sekarang.

Meskipun banyak industri yang tidak bertahan tetapi Sari Murni ini dapat mempertahankannya. Berdasarkan hasil wawancara sementara dengan industri rumah tangga sarimurni maka diperoleh data sbb :

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

N o	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: data dari Industri Sari Murni

Berdasarkan table 2 diatas diperoleh data sale pisang pada industri sari murni bulan Desember 2017 sampai bulan April 2018. Pada bulan Desember tahun 2017 menghasilkan bahan baku sebanyak 60 kuintal pisang siam dan produksi sale nya sebanyak 40 kg, bulan Januari tahun 2018 jumlah bahan bakunya sebanyak 62 kuintal dan menghasilkan produksi sebesar 45 kg, bulan Februari menggunakan jumlah bahan baku sebesar 60 kuintal dengan jumlah produksi sebesar 40 kg. pada bulan Maret jumlah produksi pisang sebesar 65 kuintal dengan jumlah produksi 50 kg dan untuk bulan April jumlah bahan baku sebesar 70 kuintal dengan jumlah produksi sebesar 55 kg. 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 industri keluarga. Maka dari itu penulis sangat tertarik untuk mengambil judul “ Analisa Nilai Tambah dan strategi Pemasaran Sale Pisang Pada Industri Rumah Tangga Sari

Murni Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap Jawa Tengah”.

B. Tujuan Penelitian

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 staretegi pemasaran sale pisang pada industry rumah tangga sari murni di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap Jawa Tengah.

C. Landasan Teori

a. 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. Nilai tambah juga dapat di definisikan pengurangan antara nilai suatu produk dengan nilai biaya bahan baku dan masukan lainnya, sebelum tenga kerja.

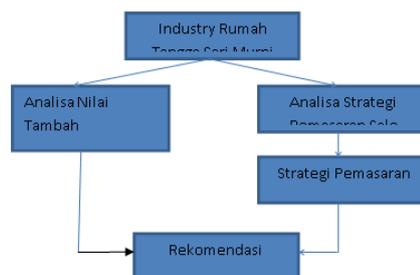
b. Strategi Pemasaran

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.”

c. 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, diperlukan kerangka pemikiran yang bersumber dari penalaran atas sejumlah teori dan temuan penelitian terdahulu yang ada. Oleh karena itu, kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sabagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berfikir

D. Metodologi Penelitian

a. 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

b. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Responden dalam penelitian ini industri rumah tangga sari murni di desa Panulisan Tengah kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap provinsi Jawa Tengah yang terdiri dari 1 orang pimpinan dan 7 orang karyawan industry rumah tangga sari murni. 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). Alasan pemilihan responden dengan pertimbangan bahwa pimpinan perusahaan dan karyawan dapat memberikan informasi tentang proses pengolahan sale pisang dan data yang dibutuhkan. 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. Industry rumah tangga Sari Murni ini dipilih sebagai responden dengan pertimbangan bahwa industry penghasil sale pisang yang kontinyu dari tahun 90 an sampai dengan sekarang.

c. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. 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.

d. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

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

2. Definisi Operasional

a) Industri Rumah Tangga Sari Murni

Industri rumah tangga yang terdiri dari satu pimpinan dan empat karyawan yang bekerja di industry Sari Murni tepatnya berada di kecamatan Dayeuhluhur kabupaten Cilacap.

b) Nilai tambah

Nilai tambah adalah pertambahan nilai buah pisang karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi menjadi sale pisang, dinyatakan dalam satuan rupiah, kilogram.

c) Strategi pemasaran Sale Pisang

Strategi pemasaran sale pisang adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran industri rumah tangga sari murni penghasil sale pisang dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan industri dalam menghadapi lingkungan dan

keadaan persaingan yang selalu berubah. Dengan menggunakan Matriks SWOT akan menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dimiliki industri rumah tangga sari murni yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

e. Teknik Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analisis.

1. Analisa Nilai Tambah

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

2. 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:

1. 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.
2. Penentuan nilai rating, yaitu ST (sangat tinggi) = 5, T (tinggi) = 4, S (sedang) =

- 3, R (rendah) = 2, SR (sangat rendah) = 1.
3. Pemberian bobot pada masing- masing indikator berdasarkan tingkat signifikansi dengan jumlah keseluruhan adalah 1.
 4. Penentuan nilai kepentingan yang merupakan perkalian antara bobot dengan nilai rating pada masing- masing indikator.

Perusahaan akan berada pada satu posisi strategi dari empat posisi strategi yang ada, yaitu pada kuadran I pilihan strateginya adalah aggressive strategy atau strategi SO (strengths-opportunities), kuadran II pilihan strateginya adalah improvement strategy atau strategi WO (weaknesses-opportunities), kuadran III pilihan strateginya adalah defense & survival strategy atau strategi WT (weaknesses-threats) dan kuadran IV pilihan strateginya adalah diversification strategy atau strategi ST (strengths-threats).

E. Hasil dan Pembahasan

Industry sale pisang Sari Murni yang terletak di desa Panulisan Tengah Kecamatan Dayeuhluuhur kabupaten Cilacap memiliki jenis sale pisang ambon dan sale pisang siem. Berikut adalah hasil dari pengamatan dan interview langsung ke responden.

a. Sistem Produksi Pembuatan Sale Pisang

Pengadaan Bahan Baku dan Bahan Penolong

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,-

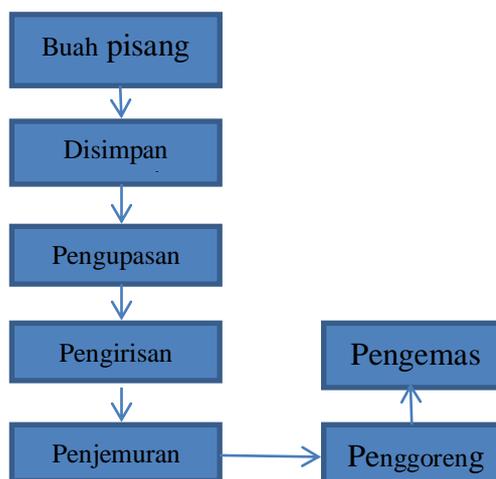
Penggunaan Tenaga Kerja

Dapat dilihat bahwa penggunaan tenaga kerja untuk pembuatan sale pisang dalam satu kali proses produksi yang dilakukan setiap hari adalah 6 jam yang dimulai dari pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 12.00. Sumber tenaga kerja yang digunakan di industry sari murni adalah berasal dari penduduk daerah setempat yang berlokasi disekitar industry sari murni. Rata-rata upah sebesar Rp 5.285,71,-. Dengan demikian bahwa dapat dilihat bahwa bahan baku, bahan penolong dan tenaga kerja di industry sale pisang sari murni dapat memenuhi

kebutuhannya untuk melakukan proses produksi dengan baik.

Proses Produksi

Pembuatan sale pisang di industry sari murni



Gambar : Proses Pembuatan Sale Pisang

b. Nilai Tambah Sale Pisang Industri Sari Murni

Tabel Perhitungan Metode Hayami

No	Variabel		Nilai
	Output, Input dan Harga	Sale Pisang Ambon	Sale Pisang Siem
1	Output yang dihasilkan (kg/hari)	25 kg	25 kg
	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) b. Rasio nilai tambah (11a/10)x100%)	Rp 5.740 49,91%	Rp 2.990,- 34,17%
12	a. Imbalan tenaga kerja (5x7)(Rp) b. Bagian tenaga kerja (12a/11a) x 100 %)	Rp317,1 9,2%	RP 317,1 25,57%
13	a. Keuntungan (11a - 12a)(Rp) b. Tingkat keuntungan (13a/11a)x 100 %	Rp 5.422,9,- 94,5%	Rp 2.672,9,- 89,39%

Data diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa faktor konversi merupakan pembagian antara jumlah output yang dihasilkan dengan bahan baku yang digunakan. Dari tabel diatas 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 meunjukkan 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 Dayeuhluhur kabupaten Cilacap..

Nilai tambah dari kedua sale pisang tersebut sebesar masing-masing Rp 5.422,9,- dan Rp 2.672,9,- di distribusikan 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.

c. Strategi Pemasaran Industri Sale Pisang Sari Murni

Agroindustry sari murni diperlukan pengembangan usaha untuk memajukan agroindustrinya. Berbagai faktor ditentukan dalam menentukan strategi pemasaran oleh agroindustry sari murni. Dalam penentuan strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi SWOT.

Hasil Analisa SWOT

Analisa faktor-faktor internal dan eksternal sudah diketahui maka langkah selanjutnya adalah pemberian bobot dan rating. Berikut tabel hasil 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

Data 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

Industry 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 ikut 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.

a. 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 mampu 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.
- b. 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

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka 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.

SARAN

Berdasarkan pengamatan dari hasil dan pembahasan maka saran yang akan diberikan yaitu :

1. Efisiensi penggunaan biaya dan bahan baku harus selalu ditingkatkan untuk menambah nilai tambah industry sari murni.
2. System pemasaran dari industry sale pisang sari murni harus ditingkatkan maksimal. Seiring perkembangan jaman maka persaingan semakin ketat sehingga saluran pemasaran harus bertambah.
3. Promosi menggunakan media harus mulai dijalankan karena media pada masa sekarang ini adalah strategi promosi yang paling efektif dan jangkauan lebih luas.
4. Proses produksi harus ditingkatkan dengan peranan teknologi modern untuk meingkatkan jumlah produksi.
5. Mempersiapkan sumber daya manusia untuk mengembangkan dan meneruskan usaha industry sale pisang sari murni supaya tidak berjalan stagnan.
6. Perlunya bantuan pemerintah dalam mengembangkan dan memasarkan Usaha mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai produk local yang mampu bersaing di pasaran.

7. Perlunya bantuan pemerintah setempat dalam pembuatan SIUP dan PIRT dan sertifikat halal industri sari murni.

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.

DAFTAR PUSTAKA

Almasdi Syahza dan Cakra (2007). Analisa
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) Analisa 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.widyatam
a.ac.id](https://repository.widyatam.a.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 Jember. *Agritrop Jurnal
Ilmu-Ilmu Pertanian* Vol. 13 No. 2.

Nurul Annisa/XI 115 B/26.(2005).