

Strategi Buah-Buahan Segar Menuju Busuk di Toko Youni Buah Menjadi Nilai Jual Ekonomi yang Tinggi

Wahyuni Syahfitri, Putri Febrianti, Nur Aisyah Mulyati

Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

07wahyunisyahfitri@gmail.com, putrifebrianti608@gmail.com,
nuraisyahmulyati2711@gmail.com

Abstrak

Buah-buahan merupakan salah satu yang memiliki nilai ekonomi sebagai bahan pangan maupun bahan baku industri karena di dalamnya disimpan berbagai macam produk *Metabolisme* tumbuhan, vitamin, mineral, alkaloid, protein, lemak. Mengingat sifat *Horticultural* yang mudah rusak atau busuk maka buah-buahan yang merupakan komoditi sangat memerlukan penanganan yang khusus, oleh karena itu pemasaran buah-buahan semakin penting untuk menghasilkan nilai jual ekonomi yang tinggi. Untuk itu seorang pembisnis baik makro maupun mikro harus bisa mempertahankan kualitas buahnya dengan strategi-strategi dalam memasarkan buah segar yang menuju rusak/busuk.

Kata Kunci : *strategi pemasaran buah-buahan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Mereka yang menjadi wirausaha adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-cintanya. Usaha serta keyakinan yang tangguh menjadi tolak ukur kesuksesan seorang wirausaha baik makro maupun mikro bisnis.

Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan manfaat. Hal ini bisa di capai melalui kegiatan bisnis yang dilakukan oleh toko YouNI Buah yang bertempat di Jln. M yakub Lubis B. Khalipah No.51 Medan. Mulai dari menerapkan Konsep Kewirausahaan sebagai wadah membenahi bisnis Serta mengikuti beberapa Seminar Mengenai Untung dan rugi berbisnis. Permasalahan sosial sendiri sudah menjadi permasalahan bersama sehingga penggulungannya sinergi dan dari semua pihak.

Selain itu, adanya peningkatan jumlah penduduk sejalan dengan adanya peningkatan kesadaran masyarakat akan kebutuhan komposisi gizi yang seimbang merupakan peluang bagi pasar buah-buahan. Oleh karena itu permintaan akan buah-buahan diperkirakan terus meningkat dengan adanya pertumbuhan penduduk yang menyadari betapa pentingnya nilai gizi Buah-buahan.

Pada era sekarang permasalahan di Indonesia sendiri, pemerintah telah menghabiskan banyak sumber daya untuk menangani masalah berbisnis dan bekerja sama dengan berbagai Negara Asing di dunia. Tetapi hal ini tidaklah cukup, oleh karena itu di butuhkan individu-individu atau lembaga-lembaga yang dapat melihat peluang dan mengeluarkan ide-ide inovatif untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan bisnis tersebut.

Pemasaran buah-buahan ke pasar internasional selain bebas residu pestisida juga memerlukan adanya pengendalian mutu. Pemahaman terhadap prinsip-prinsip standar mutu akan membantu produsen untuk memutuskan sistem mutu yang seperti apa yang dibutuhkan agar memenuhi keinginan pelanggan. Buah lokal yang masuk ke pasar dunia yang memenuhi kesepakatan WTO berpengaruh pada standar mutu buah. Produksi buah-buahan Indonesia yang tradisional harus diperbaiki agar dapat memenuhi standar mutu yang ditetapkan, konsep mutu buah perlu memiliki standar untuk memastikan melindungi konsumen.

Dimana selama setahun Indonesia yang merupakan Negara subtropics mempunyai dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau/kering. Musim hujan akan menimbulkan iklim yang basah atau lembab sedangkan pada musim kemarau akan menghasilkan tanah yang kering atau kekurangan air. Dalam hal ini banyak jenis buah-buahan yang tumbuh sesuai iklim yang berada di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam hal keanekaragaman di dalam jenis, Indonesia pun menjadi unggulan dunia dan dianggap sebagai salah satu pusat keanekaragaman tanaman ekonomi dunia. Oleh karena itu Indonesia dikenal sebagai salah satu Negara dengan keanekaragaman hayati terbesar di dunia (*megadiversity*) dan merupakan pusat keanekaragaman genetika tanaman buah-buahan tropis seperti durian.

PEMBAHASAN

Salah satu manfaat dari merubah produk buah-buahan segar menuju rusak adalah untuk membangun sebuah bisnis sebagai solusi Strategi permasalahan sosial ekonomi, lingkungan dan berbagai permasalahan yang telah menjadi tantangan di Indonesia bahkan dunia.

Sebagaimana surah An-Nahl ayat 11

يُنْبِثُ لَكُمْ بِهِ الرَّزْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya :

Dengan (air hujan) itu Dia menumbuhkan untuk kamu tanam-tanaman, zaitun, kurma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berpikir.

Toko YouNI Buah di pinggir jalan menjual berbagai macam buah buahan. Baik produk impor maupun ekspor. Seperti alpukat, pisang, mangga, sirsak, apel, pir, jeruk, melon, sawo, lengkeng, manggis dan lainnya. Namun di beberapa tempat, kita sulit menemukan gerai usaha buah bahan inilah yang menimbulkan peluang usaha berbisnis buah buahan. Disisi lain, penjualan produk buah impor jeruk, lengkeng, apel dan pir justru mengalami penurunan akibat terganggunya distribusi yang berdampak pada lonjakan harga di dalam negeri. Hal ini menyebabkan pertumpukan barang yang lama tersimpan di gudang dan beberapa hari kemudian di keluarkan atau di pasarkan ke suplair. Sehingga buah yang tadinya seharusnya segar dan tahan lama berubah menjadi rusak atau cepat busuk.

Seperti hal Maraknya kasus buang-buang hasil panen seakan tak pernah surut kita dengar. Belum hilang dari ingatan kita tentang kasus petani Garut yang membuang 200 ton tomat hasil panennya karena hanya di hargai Rp. 300,-/kg. Harga yang sangat tidak sebanding dengan ongkos produk dan ongkos angkut.

Namun dalam permasalahan ini, banyak dari para pedagang tidak memanfaatkan produk tersebut untuk dijadikan sebuah produk yang baru yang dapat menghasilkan uang. Mereka bingung harus di dikelola menjadi produk yang seperti apa. Sehingga terjadinya pembuangan buah yang tidak menguntungkan bagi mereka.

Diungkapkan oleh beberapa para pembisnis sukses, bahwa dari sisi pendidikan yang kurang dari Negara kita ialah kurang banyak-Nya kurikulum yang sifatnya atau besarnya pratikal, artinya terlalu banyak teori dari bangku SD sampai kuliah dari pada pratikalnya.

Jadi dengan hal tersebut para generasi muda kurang siap di dunia pekerjaan. Ketika kita terjun ke dunia pekerjaan, bertemu dengan saingan yang luar bisa banyaknya. Seperti halnya pendidikan S1 banyak yang tidak mengerti bagaimana keahlian mereka sebenarnya. Namun dari kita sendiri kita tidak bisa ngandalkan kuliah dikampus saja, kita juga harus ngasah keterampilan diri sendiri atau soft skill.

Seluruh Pemerintahan sebaiknya juga memiliki kebijakan seperti halnya di jogyakarta membuat rumah trampil secara Nasuonial . Otonomi daerah di Medan bisa kita lihat masih kurang dengan hal tersebut. Bahkan di Jogja setiap bulan diwajibkan mengikuti pelatihan. Seperti dari kelurahan pelatihan gratis, jadi masyarakatnya mempunyai keterampilan yang bisa diasah sendiri walaupun tidak ada instasi yang mendukung itu. Dalam hal ini kita jangan selalu mengharapakan kebijakan pemerintah. jadilah diri kita sendiri terlebih dahulu dan mengasah kemampuan sofftkil kita.

Toko YouNI Buah



Kita sering menemukan gerai toko di pinggir jalan dengan menjual buah-buahan. Namun tidak semua dari mereka yang dapat mengubah produk buah rusak. Inilah yang menimbulkan peluang usaha berbisnis bagi mereka yang mampu mengubah produk tersebut menjadi nilai jual ekonomi.

Disisi lain, Resiko yang dialami Toko YouNi Buah ialah produk buah-buahan yang rusak dari kotaknya dan buah yang busuk. Hal seperti ini mungkin banyak dialami oleh para pedagang buah setiap harinya. Tetapi dengan memanfaatkan strategi Pemasaran Toko YouNI Buah mampu merubah produk yang rusak/busuk menjadi sebuah pruduksi yang memiliki nilai jual ekonomi. Kemudian memasarkannya ke pelanggan atau sebagai pemasok buah rusak ke usha lain.

Toko YouNI Buah mengubah produk buah rusak/busuk menjadi produk sebuah manisan, asinan buah,salad buah,selai buah, jus buah. Dengan memotong bagian yang bagus dan membersihkan buah tersebut, kemudian mengolahnya dengan porsi yang sudah di tentukan dan mendesain sedemian rupa kemasan produk tersebut. Sehingga konsumen tertarik dengan produk tersebut. Promosi,dan memberikan cicipan atau gratisan untuk awal mula dilakukan oleh toko YouNI Buah agar konsumen merasakan bagaimana dan apa yang kurang mengenai rasa. Kemudian toko bisa melakukan perubahan rasa sesuai permintaan konsumen. Hal ini bisa kita gunakan sebagai pembelajaran bagaimana memanfaatkan sutu produk.

Uji Kelayakan Instrumen

Uji kelayakan instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa kuesioner yang digunakan adalah valid dengan adanya permintaan konsumen. Hal ini dilihat dari hasilnya yang menunjukkan bahwa semua sebagian konsumen menyukai produk yang sudah di ubah menjadi manisan,asinan dan lain sebagainya. Sedangkan uji realibitas dilakukan dengan menambahkan rasa makanan yang khas di produk tersebut.

Pengembangan produk buah buahan, bisa menjadi :

1. Jus buah
2. Salad buah
3. Sop buah
4. Es campur, cocktail, es teller (anaeka es)
5. Buah potong atau rujak
6. Manisan buah/halus
7. Asinan buah
8. Parcel buah/ hampers
9. Pancake buah

Atau kalau tidak sempat tidak dapat mengembangkan produk sendiri, maka bisa mencari saluran lain nya yakni :

1. Tukang jus
2. Tukang es
3. Tukang salad
4. Tukang roti
5. Tukang rujak

6. Tukang manisan dan asinan
7. Catering/warung makan

Jadi kita sifatnya pemasok buah.

Ada hal-hal atau faktor yang membuat harga produk memiliki perbedaan harga dan mengurangnya konsumen sehingga berimbas ke produk

1. Supplier/pemasok

Tidak semua pedagang mempunyai supplier yang bagus atau dari tangan ke tangan

User /pedagang Akhir

2. Modal

Pedagang memiliki modal yang berbeda beda. Semakin mempunyai modal yang besar maka dia bisa membeli buah yang banyak serta mendapatkan potongan.

3. karena tidak adanya asosianya pedagang.

Ada pelaku usaha londri, dia punya asosiasi perkumpulan sekota medan dan dia mempunyai peraturan harga eceran buah tersebut. Sehingga pelaku penjualan menjual harga di atas tersebut.

Cara agar menjadi pembisnis sukses buah-buahan :

1. kualitas baik

Pastikan buah-buahan segar menuju busuk yang telah di ubah menjadi suatu produk dan memiliki nilai jual ekonomi memiliki kualitas baik, baik dalam kemasan maupun produk. Seperti segar dan bersih. Karena kerap kali menemukan gerai usaha berjualan buah-buahan tidak dapat mengelolah produk mereka.

2. Mengetahui terlebih dahulu seluk beluk bisnis buah-buahan. Di mulai dari pasokan, cara berjualan, cara promosi, cara bedagang dan lain sebagainya.

3. konsep bisnis buah-buahan. Ada berbagai cara yang bisa dilakoni seseorang dalam bisnis buah-buahan. Seperti jualan buah pakai mobil. Kios buah modern, Penjualan buah-buahan secara kaki lima atau kios permanen. Untuk meningkatkan omset penjualan, anda tidak hanya menjadi penjual buah-buahan kaki lima. Namun harus mampu menjadi distributor atau supplier buah-buahan.

5. serius, berpikir positif, fokus, rajin. Itulah hal atau kebiasaan positif yang harus dilakukan bagi orang yang membuka bisnis buah-buahan agar cepat sukses. Serta barengi diri dengan softskill atau sikap positif

Aspek penting lainnya yaitu selama bisnis berjualan buah-buahan harus bersikap optimistis. Mungkin jualan pada hari ini sepi pembeli dan mengakibatkan buah-buahan banyak yang rusak atau busuk. Tapi harus dipupuk sikap optimisme bahwa di masa depan usaha buah-buahan kita akan laris dengan mengupayakan berbagai cara yang diperbolehkan dalam islam.

6. Percaya diri

Dalam menjual buah-buahan kita harus memiliki kepercayaan diri yang sangat tinggi. Jangan pernah malu untuk menjual dan bisnis buah-buahan. Sebagai sebuah bisnis buah-buahan berarti kita

menolong orang lain untuk mendapatkan buah yang baik serta mempunyai banyak manfaat dan khasiat bagi kesehatan tubuh manusia.

7. menentukan target pasar untuk memulai bisnis buah buahan sobat harus menentukan target pasar yang hendak dituju. Sama halnya seperti buah yang rusak anda bisa menergetkan akan menjadikan suatu peroduk yang memiliki nilai jual.

8. penentuan lokasi Usaha

Lokasi usaha buah buahan sangat penting untuk kesuksesan bisnis buah buahaan anda. Anda hendaknya mendirikan tokoh buah buahan di lokasi yang cukup strategis. Sperti pusat keramaian orang, pinggir jalan, dekat kampus,dan lain sebagainya.

9. pelayanan yang prima

Jangan pernah selama melayani konsumen membuat mereka kecewa atau kapok berbisnis buah buahan dengan kita. Seperti takaran timbangan yang kurang, harga lebu mahal, kualitas layani buruk. Hal itu akan menjauhkan konsumen menjadi pelanggan tetap. Sebab yang dibutuhkan dalam bisnis buah buahan sukses ialah mempunyai pelanggan tetap yang banyak, Selain itu, Konsumen atau pelanggan adalah orang yang memberikan uangnya kepada anda.

10. jangan bergantung

Sebuah kalimat bijak menyatakan jangan pernah bergantung kepada orang lain. Kalau ia bergantung pada orang lain maka siap siaplah ia kecewa. Begitupula dalam bisnis buah buahan,anda jangan bergantung pada kepada karyawan anda. Anda musti menguasai cara berjualan buah buahan yang baik serta memiliki inivasi membantu meningkatkan penjualan buah-buahan

11. promosi

Cara promosi yang efektif dari mulut ke mulut biasanya terjadi dari konsumen atau pelanggan yang merasakn kepuasan atas pelayanan yang anda berikan. Karena berdasarkan Survey bahwa satu orang mempunyai banyak teman disekitarnya hingga bisa mempengaruhi 700 orang.

12. Berdoa

Terakhir cara bisnis buah buahan agar tetap bermanfaat,dan menjadi nilai jual ekonomi adalah senantiasa berdoa kepada Allah Swt. Sebab semua kesuksesan atas izin-nya.

Kesimpulan

Berdasarkan pemhasan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor internal dari Toko YouNi Buah yang dapat di indentifikasikan merupakan kekuatan dan kelemahan bagi toko . Kekuatan tokoh adalah citra usaha yang dimiliki baik, letak yang strategis, memiliki pelanggan tatap, kualitas produk yang ditawarkan baik, sarana dan prasarana memadai, dan kerja sama yang baik dengan distributor. Sedangkan Kelemahan yang dimiliki ialah kegiatan promosi yang dilakukan kurang, jaringan pemasaran yang masing terbatas, dan tingkat SDM masih merintis sehingga Tujuan Utama perusahaan lain masuk ketempat di mana para toko kecil mencari mata pencarian mereka sehari hari, diambil atau dikuasai oleh pihak Seperti Alfadi,alfamart,indomaret yang menjual produk yang sama dengan harga promo yang terlalu menjatuhkan usaha lain. Adapun peluang dari Toko YouNI Buah yaitu tingkat pertumbuhan penduduk setempat ramai dengan bertambahnya sara prasana dari pemerintah.
2. strategi yang sebaiknya diterapkan Toko YouNi Buah dengan posisinya pada matriks BCG adalah pengembangan produk (Product development strategy) yaitumeningkatkan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau mengembangkan produk atau jasa baru.

Saran

Berdasarkan hasil yang saya teliti, maka saran yang dapat ditwarkan, hendaknya Toko –toko lain dapat dapat mempertahankan kualitas buah buahhannya dengan cara yang dimiliki.Seperti membuat produk baru atau memasokkan buah yang rusak ke konsumen yang membuat kue dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat mempertahankan dan memaksimalkan dengan disertai dilakukannya promosi yang lebih aktif.

Ucapan Terima Kasih

Syukur Alhamdulillah merupakan satu kata yang kita ucapkankan kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan artikel ini. Penelitian ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak , maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih serta rasa hormat yang sedalam-dalamnya kepada pemilik toko YouNI buah bapak Syahrial F. Dan Ibu Trihayani, saya Sendiri Wahyuni Syahfitri sebagai anak yang menjalankan usaha buah buahan tersebut, beserta pihak pihak yang selalu setia berlangganan di Toko YouNi Buah

Terimakasih kami ucapkan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan terkait tugas makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P . 1997. Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan,Implementasi,dan Kontrol
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Agustina Shinta. (2011). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Malang: UB Press.
- Hery. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta: PT. Gransido.
- Miguna Astuti, Nurhafifah Matondang. *MANAJEMEN PEMASARAN: UMKM DAN DIGITAL SOSIAL MEDIA*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utara