

**Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Selai Nanas
(Studi Kasus di Desa Tanjung Baru)**

**Meisya Ana Pratami^{1*}, Ines Dwi Susanti², Altina Damaiyanti³, Deri Putra Pratama⁴,
M Riza Tunase⁵**

Program Studi Akuntansi dan Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri

E-mail: meisyaanapratami2905@gmail.com^{1*}, inesdwis09@gmail.com²,
altinadamaiyanti98@gmail.com³, 2019510036@students.uigm.ac.id⁴,
rizatunase10042000@gmail.com⁵

Abstrak

Salah satu contoh potensi di wilayah Indonesia di dalam sektor pertanian adalah perkebunan nanas dimana perkebunan nanas mempunyai peranan yang sangat penting jika ditinjau dari segi ekonomi. Namun bukan hanya potensi wilayah saja yang penting dalam sistem produksi nanas tetapi strategi pemasaran tak kalah penting dalam sistem produksi nanas, pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode penulisan survey lapangan, dengan melihat langsung lokasi yang akan di analisis yaitu perkebunan nanas di Desa Tanjung Baru, namun strategi pada Desa Tanjung Baru masih kurang baik, dikarenakan masih belum banyak dijumpai usaha-usaha yang dapat dikembangkan atau bahkan ditingkatkan manajemen usahanya.

Kata Kunci: pertanian, produksi, strategi pemasaran

Abstract

One example of the potential in the Indonesian region in the agricultural sector is pineapple plantations where pineapple plantations have a very important role from an economic perspective. However, it is not only regional potential that is important in the pineapple production system but marketing strategy is no less important in the pineapple production system. but the strategy in Tanjung Baru Village is still not good, because there are still not many businesses that can be developed or even improved business management

Keywords: agriculture, production, marketing strategy

PENDAHULUAN

Salah satu contoh potensi di wilayah Indonesia di dalam sektor pertanian adalah perkebunan nanas dimana perkebunan nanas mempunyai peranan yang sangat penting jika ditinjau dari segi ekonomi. Desa Tanjung Baru merupakan salah satu dari 10 desa di wilayah Kecamatan Lembak, Desa Tanjung Baru mempunyai luas wilayah seluas 1200 hektar dan berbatasan dengan Desa Pangkul (Kota Prabumulih), Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim dan Desa Kemang (Kecamatan Lembak).

Desa Tanjung Baru merupakan desa yang memiliki potensi hasil alam dibidang pertanian. Sumber utama penghasilan masyarakat di Desa di Tanjung Baru mayoritas berasal dari kebun nanas. Masih belum banyak dijumpai usaha-usaha yang dapat dikembangkan atau bahkan di tingkatkan manajemen usahanya. Salah satu penyebabnya dikarenakan kurang inisiatif dan kreativitas masyarakat setempat dalam pengembangan kewirausahaan.

Berdasarkan data yang didapatkan saat survey ke lapangan. Desa Tanjung Baru memiliki jumlah pemuda yang cukup besar, oleh karena itu potensi kaum muda di desa Tanjung Baru dapat dioptimalkan melalui kewirausahaan sesuai minat dan bakat pemuda serta potensi daerah. Dengan adanya pengembangan potensi desa melalui pemudanya maka diharapkan akan menghadirkan masyarakat yang menjadi bagian dari agen yang secara kreatif dan inovatif mampu memanfaatkan berbagai macam peluang ekonomi yang kemudian mereka dapat dikenal sebagai wirausaha muda. Potensi alam yang banyak terdapat di Desa Tanjung Baru belum sepenuhnya dikelola secara inovatif. Buah Nanas yang melimpah, biasanya dipasok langsung kepasar.

Dengan melihat potensi yang ada, peneliti merasa masyarakat dinilai perlu mengetahui lebih dalam mengenai cara pengelolaan dan pemasaran buah nanas sehingga dapat meningkatkan nilai jual atau dijadikan sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pendapatan

Pendapatan adalah tujuan utama dari sebuah startup. Sebagai organisasi nirlaba, pendapatan memainkan peran yang sangat penting. Pendapatan merupakan faktor penting dalam berjalannya suatu usaha karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat keuntungan yang dibutuhkan untuk menjamin kelangsungan hidup usaha tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah input yang diperoleh untuk layanan yang diberikan oleh bisnis, yang dapat mencakup penjualan produk dan/atau layanan kepada pelanggan yang diperoleh selama operasi bisnis, untuk meningkatkan nilai aset dan mengurangi kewajiban mengakibatkan penyediaan barang atau jasa.

2. Potensi Wilayah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, potensi linguistik berarti kemampuan yang mampu dikembangkan, kekuatan, daya tampung, daya dan wilayah dalam hal ini berarti lingkungan daerah (provinsi, kabupaten). Untuk itu dapat dipilih daerah-daerah tertentu, misalnya potensi daerah desa. Dengan demikian, potensi desa berarti kemampuan desa untuk memungkinkannya berkembang,

kemampuan lingkungan tertentu, misalnya desa untuk tumbuh, tetap selamanya "potensial" jika tidak diolah atau digunakan dalam " bentuk nyata" untuk kepentingan umum. Sehingga potensi daerah tersebut memerlukan beberapa upaya agar dapat bermanfaat bagi masyarakat.

3. Pemasaran Dan Strategi Pemasaran

Secara umum pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama para wirausahawan untuk menopang kehidupan, perkembangan dan keuntungannya. Pemasaran adalah proses meneliti kebutuhan dan konsumen (masalah/penelitian), menghasilkan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (products), menetapkan harga (price setting), dan menyampaikan produk kepada konsumen. Penjualan (promotion), kegiatan mendistribusikan produk dan menjadi konsumen (lokasi).

Sementara itu, strategi pemasaran adalah proses penentuan rencana yang berkesinambungan untuk mencapai hasil akhir dari apa yang diharapkan pelanggan di masa yang akan datang guna memenuhi kebutuhan dari produsen hingga konsumen dalam penetapan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian merupakan hal yang penting dalam penelitian, dan subjek penelitian ini merupakan tujuan penelitian untuk memperoleh jawaban atau solusi dari suatu masalah yang muncul. Sasaran penelitian ini adalah petani nanas di Desa Tanjung Baru.

a. Tahap persiapan dan survey.

Pada tahap ini seluruh anggota KKN melakukan proses persiapan dan proses pencarian data mengenai potensi UMKM yang ada di desa Tanjung Baru.

b. Tahap sosialisasi

Setelah dilakukan tahap persiapan dan survey, tahap selanjutnya adalah melakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM untuk lebih mempersiapkan laporan keuangan, pembukuan sederhana dan cara pemasaran.

c. Tahap kesimpulan

Lalu pada tahap ini seluruh kegiatan yang telah berjalan disimpulkan lalu dievaluasi, apa saja yang menjadi kendala dalam proses pengembangan potensi UMKM desa Tanjung Baru, serta dicari bagaimana solusi dari kendala yang ada.

d. Tahap pembuatan laporan

Setelah menyelesaikan seluruh kegiatan yang ada, maka tahap yang harus dilanjutkan selanjutnya adalah tahap pembuatan laporan. Laporan ini berisikan seluruh hasil kegiatan KKN selama 40 hari di Desa Tanjung Baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi dan Lingkungan Fisik

Tanjung Baru memiliki luas 1200 Hektar, persentase luas Desa Tanjung Baru adalah 5% dari luas wilayah daerah Lembak. Desa Tanjung Baru terletak di Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Sebagian besar wilayah Desa berupa lapisan podsolik merah kuning dan sedikit berupa lapisan Alluvial dan Asosiasi Gley. Desa Tanjung Baru terdiri dari 2 dusun, Dusun I dan Dusun II dengan jumlah penduduk 1.200 Jiwa atau 400 KK.

Masyarakat Desa Tanjung Baru mayoritas berkerja sebagai petani nanas. Mata pencaharian penduduk di Desa Tanjung Baru sebagian besar masih berada di sektor pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian memegang peranan penting dalam bidang ekonomi masyarakat. Data menurut mata pencaharian penduduk dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Mata Pencaharian Masyarakat

Tani	Dagang	Buruh Tani	PNS/TNI/ Polri	Swasta	Lain-lain
410	25	70	5	46	300

Sumber Pendapatan Petani Desa Tanjung Baru

Sumber utama pendapatan masyarakat di desa tanjong baru mayoritas berasal dari kebun nanas. Masih belum banyak dijumpai usaha-usaha yang dapat dikembangkan atau bahkan dtingkatkan manajemen usahanya. Salah satu penyebabnya dikarenakan kurang inisiatif dan kreativitas masyarakat setempat dalam pengembangan kewirausahaan.

Berdasarkan data yang didapatkan saat survey ke lapangan Desa Tanjung Baru memiliki jumlah pemuda yang cukup besar, oleh karena itu potensi kaum muda di Desa Tanjung Baru dapat dioptimalkan melalui keriwirausahaan sesuai minat dan bakat pemuda serta potensi desa. Dengan adanya pengembangan potensi desa melalui pemudanya maka diharapkan akan menghadirkan masyarakat yang menjadi bagian dari agen yang secara kreatif dan inovatif mampu memanfaatkan berbagai macam peluang ekonomi yang kemudian mereka dapat dikenal sebagai wirausaha muda.

Potensi Wilayah Desa Tanjung Baru

Potensi alam yang banyak terdapat di Desa Tanjung Baru belum sepenuhnya dikelola secara inovatif. Buah Nanas yang melimpah, biasanya dipasok langsung kepasar. Dengan melihat potensi yang ada, kami merasa masyarakat dinilai perlu mengetahui lebih dalam mengenai cara pengelolaan dan pemasaran buah nanas sehingga dapat meningkatkan nilai juall atau dijadikan sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat.

Atas dasar tersebut maka diperlukan upaya strategi pemasaran dan produksi yang optimal guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal di Desa Tanjung Baru tersebut dimana permasalahan yang ada adalah cukup jauh nya jangkauan untuk ke pusat kota guna melakukan penjualan hasil perkebunan nanas dari pekebunan Desa Tanjung Baru.

Pemasaran dan Strategi Pemasaran Nanas

Selain permasalahan di atas bagi petani nanas di wilayah Desa Tanjung Baru ini adalah Masih belum banyak dijumpai usaha-usaha yang dapat dikembangkan atau bahkan dtingkatkan manajemen usahanya. Salah satu penyebabnya dikarenakan kurang inisiatif dan kreativitas masyarakat setempat dalam pengembangan kewirausahaan. ini menyebabkan para petani nanas semakin sulit untuk mengembangkan perkebunan nanas sehingga menyebabkan kondisi perekonomian yang sulit dan juga menyebabkan pemasaran nanas menjadi tidak efektif.

Agar produksi dan pemasaran produk keripik nanas ini dapat berjalan dengan sukses dan lancar. Maka dilakukan sosialisasi pengenalan mengenai cara membuat laporan keuangan, pembukuan

sederhana, serta dilakukan penyuluhan tentang pemasaran kepada masyarakat desa Tanjung Baru yang dilakukan di balai desa setempat, sosialisasi ini dihadiri oleh para pelaku usaha UMKM yang diundang untuk bisa mengikuti penyuluhan tersebut. Selain dilakukan sosialisasi, proses tanya jawab juga dilakukan oleh para pemateri yang terdiri dari rekan-rekan mahasiswa dan para warga yang diundang agar dapat menentukan target pasar serta hal lainnya yang dibutuhkan dalam pembuatan sebuah produk keripik nanas ini. Selain sosialisasi yang dilakukan di balai desa, penyuluhan juga dilakukan dengan cara terjun langsung ke tempat atau lokasi UMKM para warga Desa Tanjung Baru, serta dilakukan penyuluhan mengenai cara-cara pemasaran melalui media internet kepada para pelaku usaha UMKM, dengan adanya metode terjun langsung ini diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih mudah memahami metode pemasaran melalui media internet dan lebih mudah menerapkannya di kemudian hari.

KESIMPULAN

Salah satu contoh potensi di wilayah Indonesia di dalam sektor pertanian adalah perkebunan nanas dimana perkebunan nanas mempunyai peranan yang sangat penting jika ditinjau dari segi ekonomi. Desa Tanjung Baru, yang hampir seluruh penduduknya adalah petani nanas, dalam sistem produksi nanas tak hanya potensi wilayah dan sumber daya manusia nya yang penting, tapi juga strategi pemasaran, namun di Desa Tanjung Baru strategi pemasarannya masih kurang baik, dimana masih belum banyak dijumpai usaha-usaha yang dapat dikembangkan atau bahkan ditingkatkan manajemennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghazali, Imam. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP. 2005.
- _____. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2008.
- Gomes, Faustino Cardoso. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Andi. 2002.
- Hikmat, Mahi M. Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Kadarisman, M. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta : Rajawali Pers. 2013.
- Kartika Putri, dkk, Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Usaha, Modal Usaha dan Peran Bussuneees Deveelopment Service terhadap Pengembangan Usaha (Studi pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur), dalam <http://media.neliti.com/media/publications/58432-ID-none.pdf> diakses pada 6 Desember 2019 pukul 04.00 WIB.
- Kasmir. Kewirausahaan. Jakarta : RajaGrafindo Persada. 2014.
- _____. Kewirausahaan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2007.
- Kusumaningrum, Vivi Diah. Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Desa Bendungrejo Kecamatan Berbek Kabupaten

Nganjuk. Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2015.

Lembaga Pengembanagn Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Jakarta : LPPI dan Bank Indonesia. 2015.

Masram dan Mu'ah. Manajemen Sumber Daya Manusia. Sidoarjo : Zifatama Publisher. 2015.

Meldona dan Siswanto. Perencanaan Tenaga Kerja. Malang : UIN Maliki Pers. 2012.

Nasution. Metode Research: Penelitian Ilmiah. Jakarta: Bumi Aksara. 2003.

Nitisusastro, Mulyadi. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Bandung : Alfabeta. 2012.

Nugraha, Listyawan Adi. Pengaruh Modal Usaha. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2011.

Nurdin. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Besar Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Hanagraha Abadi diakses dari <http://www.stiami.ac.id/jurnal/download/pengaruh-kualitas-sumber-dayamanusia-dan-besarnya-insentif-terhadap-produktivitas-kerja-karyawanpt-hanagraha-abadi.pdf> pada 5 Desember 2019 pukul 19.00 WIB.

Pamungkas, Pardono Tri. Pengaruh Modal, Kualitas SDM dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Unggaran). Universitas Pandanaran Semarang. 2015.

_____. Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Unggaran) diakses pada <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/231/227>, pada 5 Desember 2019, pukul 13.00 WIB.

Pemerintah Kota Kediri, Jumlah UMKM di Kota Kediri, Sumber: Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja pada tanggal 18 November 2019 waktu 13.00.

Prameswari, Diota dan M. Rudi Irwanstyah. Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Umkm Di Kecamatan Buleleng. Universitas Pendidikan Ganesha. 2017.

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Raja Grafindo. 2008.

Prishardoyo, Bambang, Agus Trimarwanto dan Shodiqin. Pelajaran Ekonomi. Jakarta : Grasindo. 2005.