

**STRATEGI PEMASARAN JAHE MERAH INSTAN  
DI KECAMATAN WONOAYU SIDOARJO**

***INSTANT RED GINGER MARKETING STRATEGY  
IN WONOAYU SIDOARJO DISTRICT***

**Yohanes W Cadura<sup>\*1</sup>, Didik Daryanto<sup>2</sup>**

<sup>1\*,2</sup> Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Putra  
Jl Raya Benowo 1-3 Surabaya

\*e-mail: [yudhyjehanus@gmail.com](mailto:yudhyjehanus@gmail.com)

***ABSTRACT***

*In Lambangan Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency, there are several MSMEs that produce instant red ginger, one of which is Hensam Sari Instant Red Ginger, El Nuha Red Ginger, Instant Red Ginger Mawaddah, which has been running since 2016 and produces instant red ginger powder. and Temulawak. The drink's beautiful color and not too spicy taste make red ginger syrup Aroma Hensam Sari Jahe Merah Instant, loved by children to adults. This study has the objectives to 1). To find out the internal factors and external factors which are the strengths and weaknesses as well as the opportunities and threats to MSMEs in Lambangan Village in marketing instant red ginger. 2) To find out the marketing strategy alternatives for instant red ginger that are implemented by MSMEs in Lambangan Village. 3). Want to know the marketing of instant red ginger that is good for MSMEs in Lambangan Village. The research used the survey method, the data collection method was carried out by interviews, observations and documentation studies to the respondents, namely visitors and MSME managers in Lambangan Village directly. Methods of data analysis using quantitative description analysis. Analysis through QSPM. Strategic Decision Making Based on the SWOT analysis diagram, it is known that the alternative instant red ginger marketing strategy in Lambangan Village strongly supports the SO strategy, which consists of increasing production quantity, improving service to agents and customers.*

Keywords: Marketing, Red Ginge, Strategy

## **INTISARI**

Di Desa Lambangan, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo ini terdapat beberapa UMKM yang memproduksi jahe merah instan salah satunya yaitu UMKM Hensam Sari Jahe Merah Instan, Jahe Merah El Nuha, Mawaddah Jahe Merah Instan, yang sudah berjalan dari tahun 2016 dan memproduksi bubuk jahe merah instan dan Temulawak. Warna minuman yang cantik dan rasanya yang tidak terlalu pedas membuat sirup jahe merah Aroma Hensam Sari Jahe Merah Instan, di gemari oleh anak-anak hingga dewasa. Penelitian ini memiliki tujuan untuk 1). Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada UMKM di Desa Lambangan dalam memasarkan jahe merah instan. 2) Untuk mengetahui alternatif-alternatif strategi pemasaran jahe merah instan yang di terapkan oleh UMKM di Desa Lambangan. 3). Ingin mengetahui pemasaran jahe merah instan yang baik untuk UMKM di Desa Lambangan. Penelitian menggunakan metode survei, metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi kepada responden yaitu pengunjung dan pengelola UMKM di Desa Lambangan secara langsung. Metode analisis data menggunakan analisis deskripsi kuantitatif. Analisis melalui QSPM. Pengambilan Keputusan Strategi Berdasarkan diagram hasil analisis SWOT, diketahui bahwa alternatif strategi pemasaran jahe merah instan di Desa Lambangan sangat mendukung strategi SO, yang terdiri atas meningkatkan kuantitas produksi, meningkatkan pelayanan terhadap agen dan pelanggan, serta melakukan perluasan pasar, Tahap yang digunakan dalam perumusan strategi pemasaran adalah tahap keputusan menggunakan QSPM.

Kata Kunci : Jahe Merah, Pemasaran, Strategi

## **PENDAHULUAN**

Jahe merah Instan (*Zingiber officinale var Rubrum*) termasuk komoditas yang diperdagangkan secara luas di dunia (Hidayana N, 2019). Masyarakat Indonesia umumnya telah mengenal dan memanfaatkan jahe untuk berbagai kepentingan, misalnya sebagai campuran bahan makanan dan minuman mulai dari tingkat tradisional sampai tingkat modern. Selain itu jahe juga dapat digunakan sebagai minuman penghangat tubuh. Jahe merupakan tanaman obat yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia. Indonesia sendiri memiliki tiga jenis jahe yang biasa diperdagangkan, yaitu jahe gajah, jahe emprit, dan jahe merah. Dari ketiga jenis jahe tersebut, jahe merah memiliki komponen kimia yang lebih unggul, terutama kandungan minyak atsiri yang lebih tinggi, (Aryanta, 2019) Karena

besarnya kandungan yang bermanfaat bagi manusia maka dimanfaatkan masyarakat untuk diolah. Adanya peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap jahe, maka perlu dibuat penganekaragaman produk olahannya. Seiring dengan semakin majunya teknologi pengolahan pangan, maka banyak sekali kita jumpai produk-produk olahan dari rempah-rempah. Produk rempah-rempah bisa juga kita jumpai dalam bentuk instan. Pengolahan jahe juga dapat berupa minuman bubuk instan. Jahe instan merupakan Minuman yang berbentuk serbuk, terbuat dari ekstrak jahe yang ditambah gula dan atau rempah-rempah lain.

Pada masa pandemi covid-19 lalu, rempah jahe merah banyak digunakan masyarakat sebagai minuman herbal untuk menjaga sistem imun tubuh, contohnya, jahe merah yang digunakan sebagai minuman herbal. Jahe merah juga sebagai tanaman rimpang yang populer dijadikan sebagai minuman herbal dan lebih diminati karena rasanya yang lebih pedas dan pahit dari pada jahe lainnya, jahe merah memiliki kandungan minyak atsiri lebih tinggi dan rasa yang pedas sehingga sangat cocok digunakan bahan dasar jamu. Jahe merah memiliki banyak manfaat untuk kesehatan, seperti penambah nafsu makan, mengobati masuk angin, menghangatkan badan, pereda kejang, anti radang, peluruh kentut dan lain-lain.

UMKM di Desa Lambangan menjadikan jahe merah instan sebagai produk unggulannya. Sebagai bahan obat tradisional, jahe merah (*Zingiber officinale* Linn. *Var. rubrum*) banyak dipilih karena memberikan rasa pahit dan pedas yang lebih tinggi dibanding jenis jahe lain. Selain itu rimpang segarnya dapat diolah menjadi jahe kering sebagai bahan baku untuk membuat gula jahe dan juga ampasnya dapat diolah menjadi tepung jahe. Adapun khasiat dari jahe merah yang ada di Desa Lambangan untuk, mengobati asam urat, migrain, rematik, kesemutan, dan asma menahun. UMKM di Desa Lambangan telah berjalan selama delapan tahun dan masih dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya meski harus bersaing dengan UMKM jamu lainnya.

Tujuan Penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan bagi UMKM di Desa Lambangan. 2). Untuk mengetahui pilihan strategi pemasaran jahe merah instan yang seharusnya diterapkan oleh UMKM Desa Lambangan, 3). Untuk mengetahui proses pemasaran jahe merah instan yang paling tepat bagi UMKM di Desa Lambangan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Jahe Merah Instan Di Kecamatan Wonoayu Sidoarjo” Waktu penelitian ini selama 1 Bulan. Penelitian ini dilaksanakan Di Desa Lambangan, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo, Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode *survey* adalah metode yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi lebih besar. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan juga *accidental sampling*. Jenis dan Sumber Data dalam Penelitian adalah dengan menggunakan Data Primer dan Sekunder, Data Primer dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian dan melakukan wawancara. Pengambilan data melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik UMKM di Desa Lambangan berdasarkan hasil pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu dengan pelanggan menggunakan kuisioner. Sedangkan Data Sekunder dilakukan dengan tujuan untuk mengambil data yang mempunyai keterkaitan dengan masalah yang dihadapi dalam penelitian. Data sekunder yang digunakan yaitu: analisis Analisis situasi pasar, Analisis pesaing, dan Analisis biaya. Data sekunder diperoleh dari pemilik UMKM yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan Observasi, Wawancara, Studi dokumentasi. Wawancara merupakan salah satu komunikasi antara seorang peneliti dengan narasumber nya, Observasi merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti terlibat langsung untuk mengamati apa yang diteliti, Studi Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen atau bahan-bahan tertulis, cetak, rekam peristiwa yang berhubungan dengan hal lain yang ingin diteliti. Metode Analisis Data pada penelitian ini Semua data yang berhasil dikumpulkan berupa catatan lapangan, komentar peneliti, uraian informan penelitian, dokumen-dokumen berupa laporan, artikel, dan sumber data lainnya yang terkait dengan pemasaran jahe merah di Desa Lambangan, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo. Metode analisis kuantitatif menggunakan analisis matriks IFAS, analisis matriks EFAS, analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta menganalisis strategi pemasaran jahe merah instan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### UMKM Jahe Merah Instan di Desa Lambangan

Di Desa Lambangan, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo ini terdapat beberapa UMKM yang memproduksi jahe merah instan yaitu, 1). UMKM Hensam Sari Jahe Merah Instan, 2).UMKM Jahe Merah El Nuha, 3).UMKM Mawaddah Jahe Merah Instan,

Tab 1. UMKM Jahe Merah Instan Desa Lambangan

No.	Nama UMKM	Pemilik	Usaha
1.	Hensam Sari Jahe Merah Instan	Ibu Heni Astuti	Instan Jahe Merah Murni
2.	Jahe Merah El Nuha	Pak Sony	Minuman Jahe Merah Instan Herbal
3.	Mawaddah Jahe Merah Instan	Ibu Sari	Instan Sari Tamulawak Jahe Merah

Sumber Data :UMKM Desa Lambangan 2023

### Sumber Daya Manusia

UMKM di Desa Lambangan berjumlah tiga, UMKM ini terdiri dari Jumlah Pegawai,Laki-laki,Perempuan,Pendidikan Terakhir.

Tabel 2. Sumber Daya Manusia di UMKM Desa Lambangan

No.	Nama UMKM	Jumlah Pegawai	Laki-laki	Prempuan	Pendidikan Terakhir
1.	Hensam Sari Jahe Merah Instan	10 Orang	5 Orang	5 Orang	SMA
2.	Jahe Merah El Nuha	6 Orang	4 Orang	2 Orang	SMA
3.	Mawaddah Jahe Merah Instan	10 Orang	7 Orang	3 Orang	SMA

Sumber Data: UMKM Desa Lambangan 2023

Dilihat dari tabel 2 Sumber daya manusia yang ada di Desa lambangan Setiap UMKM berbeda-beda, dan masing-masing UMKM memiliki jumlah pegawai dan juga pendidikan terakhir yang berbeda,untuk UMKM Hensam sari jahe merah instan dengan jumlah pegawai 10 orang,UMKM Jahe merah El Nuha jumlah pegawai 6 orang dan UMKM Mawaddah jahe merah instan 10 Orang.jadi,untuk UMKM Hensam sari jahe merah instan dan UMKM Jahe Merah El Nuha memiliki jumlah pegawai yang sama 10

orang, sedangkan UMKM Mawaddah jahe merah instan memiliki 6 orang pegawai. dan dari ke tiga UMKM ini semua pegawai masing-masing memiliki pendidikan terakhir SMA.

### Proses Produksi

Tabel 3. Proses Produksi Per Hari di UMKM di Desa Lambangan

No.	Nama UMKM	Jumlah Produksi	Netto	Harga Produk
1.	Hensam Sari Jahe Merah Instan	40 Bungkus	250g	Rp.27.000,00
2..	Jahe Merah El Nuha	30 Bungkus	200g	Rp.25.000,00
3.	Mawaddah Jahe Merah Instan	25 Bungkus	150g	Rp.15.000,00

Sumber Data: UMKM Desa Lambangan 2023

Dari tabel 3 Menjelaskan mengenai Proses produksi per hari yang ada di UMKM Desa Lambangan, di Desa Lambangan memiliki tiga UMKM yang memproduksi jahe merah dan masing-masing UMKM memiliki jumlah produksi, netto, Harga produk yang berbeda. dilihat dari jumlah produksi, Netto dan Harga produk, UMKM Sari jahe merah instan memiliki produksi 40 bungkus per hari, UMKM Jahe merah El Nuha memiliki 30 bungkus produksi per hari sedangkan UMKM Mawaddah jahe merah instan memiliki 25 bungkus produksi per hari. jadi, urutan yang paling tinggi untuk produksi jahe merah per hari yaitu, UMKM Sari jahe merah instan, urutan ke dua UMKM Jahe Merah El Nuha, sedangkan urutan terakhir UMKM Mawddah jahe merah instan.

### Analisis Lingkungan.

Berdasarkan hasil Analisis lingkungan akan terbagi menjadi dua yaitu: Analisis internal dengan menggunakan analisis IFAS dan Analisis eksternal dengan menggunakan analisis EFAS. Berikut ini merupakan analisis dari tiap-tiap lingkungan tersebut:

#### Analisis Lingkungan Internal dengan Menggunakan Analisis IFAS

lingkungan internal merupakan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki UMKM di Desa Lambangan melakukan kegiatan operasionalnya. Dengan melihat kondisi lingkungan internal ini akan mengetahui kekuatan dan kelemahan UMKM sehingga lebih mudah dalam melakukan analisis lingkungan internal. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing aspek tersebut

Tabel 4..Matrik IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>1. Kekuatan (S)</b>				
1.	Mutu produk selalu terjaga	0,02	4	0,8
2.	Mengutamakan pelayanan	0,156	3	0,468
3.	Pengalaman usaha	0,067	3	0,201
4.	Jangkauan distribusi luas	0,178	3	0,534
5.	Efektif dalam pengambilan keputusan	0,044	2	0,088
<b>Jumlah</b>		<b>0,65</b>		<b>2,091</b>
<b>2. Kelemahan (W)</b>				
6.	Pengolahan dilakukan secara sederhana	0,067	2	0,134
7.	Desain kemasan masih sederhana	0,089	3	0,267
8.	Sarana promosi yang belum maksimal	0,089	1	0,089
9.	Kurang didukung tenaga ahli profesional	0,067	3	0,201
10.	Harga relatif mahal	0,044	1	0,044
<b>Jumlah</b>		<b>0,35</b>		<b>0,735</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2.826</b>

Sumber Data: Olahan Data Primer Penelitian,2023

Berdasarkan hasil analisis IFAS, hasil skor total analisis internal adalah 2,826 yang menandakan bahwa UMKM di Desa Lambangan berada pada posisi internal yang kuat dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi kelemahan yang dihadapi Artinya UMKM di Desa Lambangan telah mampu mengatasi kelemahannya dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, karena berada pada posisi di atas rata-rata (2,5). Kekuatan utama dari UMKM di Desa Lambangan terletak pada faktor mutu produk yang selalu terjaga dengan skor internal sebesar 0,8. Adapun kelemahan bagi UMKM di Desa Lambangan terletak pada harga yang relatif mahal dengan skor internal sebesar 0,044.

### **Analisis Lingkungan Eksternal dengan Menggunakan Analisis EFAS**

Berdasarkan hasil penelitian di UMKM Desa Lambangan dapat dikemukakan mengenai faktor-faktor lingkungan eksternal UMKM yang memberikan peluang dan ancaman bagi UMKM yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel.5.Matrik EFAS.

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>1. Peluang (o)</b>				
1.	Peningkatan konsumsi herbal pada masyarakat	0,093	4	0,372
2.	Tersedia pemasok bahan baku yang tetap Tingginya minat menjadi agen	0,07	3	0,21
3.	Dukungan pemerintah	0,07	4	0,28
4.	Pangsa pasar yang tinggi	0,07	2	0,14
5.		0,163	4	0,652
<b>Jumlah</b>		<b>0,465</b>		<b>1,654</b>
<b>2. Ancama (t )</b>				
6.	Banyak pesaing	0,14	1	0,14
7.	Adanya produk substitusi	0,116	1	0,116
8.	Perdagangan bebas	0,116	1	0,116
9.	Kenaikan BBM, elpiji, dan TDL	0,023	3	0,069
10.	Isu negatif dari masyarakat	0,14	4	0,56
<b>Jumlah</b>		<b>0,535</b>		<b>1,0</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,655</b>

Sumber Data:Olahan Data Primer Penelitian,2023

Berdasarkan hasil analisis EFAS, hasil skor total analisis eksternal adalah 2,655 yang menandakan bahwa UMKM di Desa Lambangan berada pada posisi eksternal yang kuat dalam memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman yang dihadapi. Artinya, UMKM di Desa Lambangan telah mampu merespon peluang dan mampu mengatasi ancaman dengan baik, karena berada pada posisi di atas rata-rata (2,5). Peluang utama yang dimiliki oleh UMKM di Desa Lambangan terletak pada faktor pangsa pasar yang tinggi dengan skor eksternal sebesar 0,652. Adapun ancaman yang dimiliki oleh UMKM di Desa Lambangan terletak pada kenaikan BBM, elpiji, dan TDL dengan skor eksternal sebesar 0,69.

### Matrik SWOT

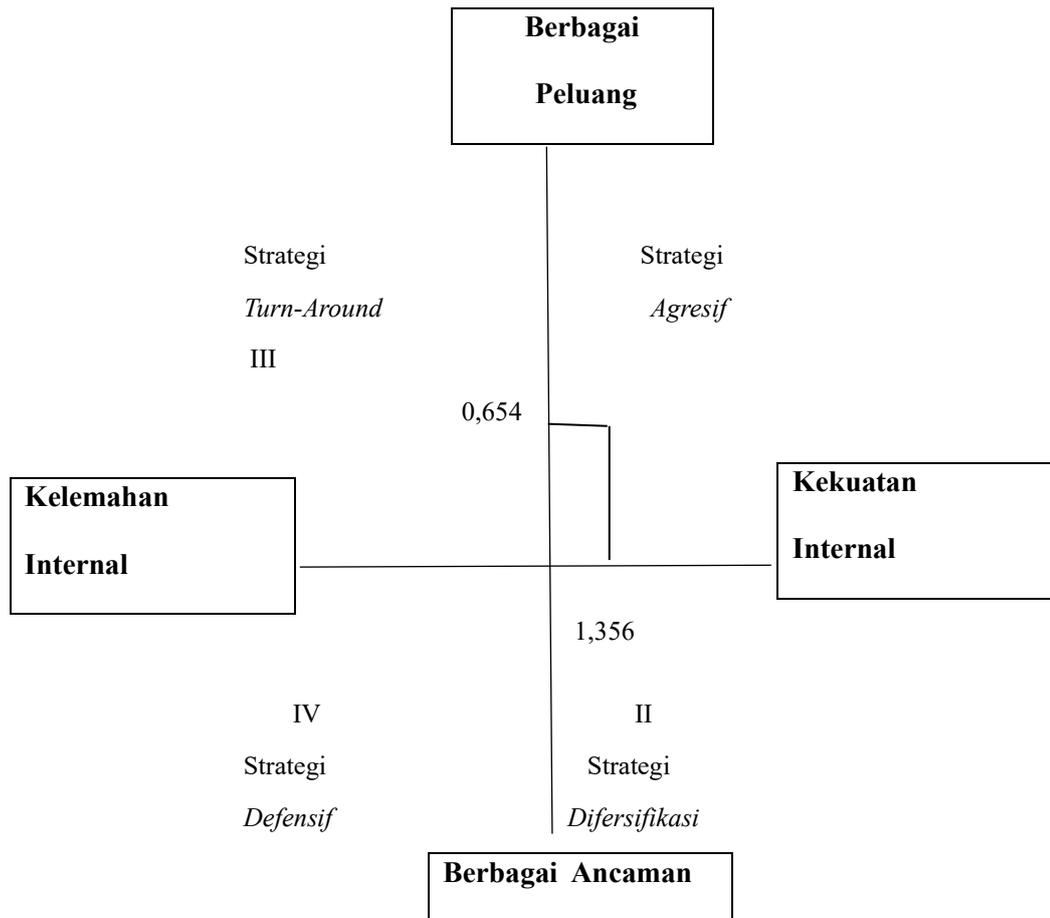
Dari Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi UMKM di Desa Lambangan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis bagi UMKM di Desa Lambangan.

Tabel 6. Matrik SWOT

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mutu produknya selalu terjaga</li> <li>2. Mengutamakan proses pelayanan</li> <li>3. Pengalaman usaha</li> <li>4. Jangkauan distribusi yang luas</li> <li>5. selalu Efektif dalam pengambilan keputusan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknik Pengolahan dilakukan secara sederhana</li> <li>2. proses Desain kemasan masih sederhana</li> <li>4. untuk Sarana promosi yang belum maksimal</li> <li>5. Kurangnya didukung dari tenaga ahli profesional</li> <li>5. Harganya relatif mahal</li> </ol>
<b>Faktor eksternal</b>		
<b>Peluang (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan konsumsi herbal pada masyarakat</li> <li>2. Selalu Tersedia pemasok bahan baku yang tetap</li> <li>3. Tingginya minat menjadi seorang agen</li> <li>4. Adanya Dukungan pemerintah</li> <li>5. Tingginya Pangsa pasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan Kuantitas produksi</li> <li>2. Meningkatkan pelayanan terhadap agen dan pelanggan</li> <li>3. Melakukan perluasan pasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan pemasaran dengan meningkatkan promosi</li> </ol>
<b>Ancaman (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya persaingan</li> <li>2. Adanya produk substitusi dari luar.</li> <li>3. Adanya Perdagangan bebas</li> <li>4. Selalu ada Kenaikan BBM, elpiji, dan TDL</li> <li>5. Adanya Isu negatif dari Masyarakat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap menjaga mutu produk</li> <li>2. Meningkatkan kualitas kinerja perusahaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas desain kemasan produk</li> <li>2. selalu Meningkatkan promosi untuk menghindari isu negatif</li> </ol>

Sumber Data :Data primer,2023

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa hasil analisis kekuatan,kelemahan, kesempatan serta ancaman maka,dapat disusun menjadi Matrik SWOT. Dari Matrik SWOT dilakukan skor peluang, dikurangi dengan skor ancaman, dan skor kekuatan. dikurangi dengan skor kelemahan, yang kemudian Hasilnya dimasukkan ke dalam diagram SWOT untuk mengetahui posisi Hasil pengurangan IFAS didapat nilai sebesar 1,356 (total skor kekuatan sebesar 2,091 dikurangi total skor kelemahan sebesar 0,735). Sedangkan hasil dari pengurangan EFAS diperoleh nilai sebesar 0,654 (total skor peluang sebesar 1,654 dikurangi skor total ancaman sebesar 1,0).Kedua nilai ini dimasukkan ke dalam diagram SWOT sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Hasil Analisis SWOT UMKM di Desa Lambangan.

Berdasarkan hasil Analisi SWOT di atas diketahui bahwa posisi UMKM di Desa Lambangan berada pada kuadran I, yang menunjukkan bahwa UMKM mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki sekaligus memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan kegiatan usaha. Dengan kata lain UMKM di Desa Lambangan mendukung strategi pertumbuhan yang agresif, yaitu strategi SO.

### Pengambilan Keputusan Strategi

Pengambilan Keputusan Strategi Berdasarkan diagram hasil analisis SWOT, diketahui bahwa alternatif strategi pemasaran jahe merah instan di Desa Lambangan mendukung strategi SO, yang terdiri atas meningkatkan kuantitas produksi (strategi 1), meningkatkan pelayanan terhadap agen dan pelanggan (strategi 2), serta melakukan perluasan pasar (strategi 3). Tahap selanjutnya dalam perumusan strategi pemasaran adalah tahap keputusan dengan menggunakan QSPM. Hasil kuisisioner tentang pengambilan

keputusan strategi mengenai kemenarikan alternatif strategi pemasaran jahe merah instan di Desa Lambangan. Berdasarkan hasil QSPM menunjukkan bahwa strategi 2 mendapat total nilai kemenarikan (TAS) terbesar yaitu, 6,49. Adapun hasil perhitungan QSPM yaitu perkalian antara rata-rata bobot faktor-faktor strategis internal dan eksternal dengan nilai daya tarik (AS), dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Urutan pemilihan strategi berdasarkan angka kemenarikannya.:

No.	Prioritas 1	Prioritas 2	Prioritas 3
1.	Strategi 2, yaitu: Meningkatkan pelayanan terhadap agen dan pelanggan (Jumlah total nilai daya tarik: 6,49)	Strategi 1, yaitu: Meningkatkan kuantitas produksi (Jumlah total nilai daya tarik: 5,82)	Strategi 3, yaitu: Melakukan perluasan pasar (Jumlah total nilai daya tarik 5,45)

Sumber Data:Olahan Data Primer,2023

Dari hasil urutan pemilihan Strategi meningkatkan pelayanan terhadap agen dan pelanggan menjadi strategi pemasaran prioritas dikarenakan strategi tersebut merupakan strategi pemasaran yang paling mungkin untuk dilakukan oleh UMKM di Desa Lambangan saat ini. Dengan meningkatkan pelayanan terhadap agen dan pelanggan, maka untuk meningkatkan kuantitas produksi dan melakukan perluasan pasar akan lebih mudah untuk dilakukan. Dan Artinya, strategi pemasaran yang lain dapat dilaksanakan setelah strategi pemasaran prioritas dilakukan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan,maka dapat diperoleh kesimpulan:Faktor pendorong pemasaran jahe merah instan di Desa Lambangan: 1). Meningkatkan konsumsi herbal pada masyarakat saat ini dalam mengonsumsi herbal semakin berkembang,2). Sedianya pemasok bahan baku yang tetap, 3).Tingginya minat sebagai seorang agen, 4).Adanya dukungan dari pemerintah dari Dinas Koprasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo, 5).Pangsa pasar yang sangat tinggi pada industri jahe merah instan.Sedangkan Faktor penghambat yang mempengaruhi proses pemasaran jahe merah instan di Desa Lambangan Yaitu: 1).Banyaknya pesaing yang ada di UMKM Desa Lambangan, 2).Adaya

produk substitusi dari produk sejenis jahe merah instan di Desa Lambangan, 3).Adanya perdagangan bebas dari luar termasuk obat-obatan tradisional, 4).Kenaikan BBM,LPG dan TDL,yang meningkatkan biaya operasional UMKM di Desa Lambangan terhambat 5).Adanya isu negatif dari masyarakat mengenai produk jahe merah instan di Desa Lambangan.

### **Saran**

Dari Hasil Penelitian yang diperoleh,maka,saran yang diberikan oleh Penulis adalah: 1).Bagi pemilik UMKM di Desa Lambangan Perlu teknologi dan informasi dalam melakukan pemasaran. Dan juga lebih mengoptimalkan seluruh potensi sumber daya Manusia. 2). Bagi Pemilik UMKM di Desa Lambangan disarankan agar mempunyai keahlian dalam mengatur Strategi Pemasaran jahe merah dengan tujuan untuk menambah pendapatan,sehingga dapat memberikan tambahan, 3).Bagi Pemilik UMKM di Desa Lambangan agar lebih tepat lagi dalam melakukan strategi pemasaran yang efektif supaya potensi penjualan tidak terbatas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryanta, I. Wayan Redi. (2019). Manfaat Jahe untuk Kesehatan. *Jurnal Widya Kesehatan* 1.2 : 39-43.
- Aliyah, Zulfa. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada CV Yudi Putra. *Jurnal Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Asri, T. (2019). Strategi Pemasaran Komoditas Lada di Desa Sapanang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.*Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulukumba, (2019). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Rilau Ale. Kabupaten Bulukumba.*Jurnal Badan Pusat Statistik*.
- Hidayana, N. (2019). Jahe merah Instan ( *Zingiber officinale var Rubrum*) termasuk komoditas yang diperdagangkan secara luas di dunia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.3 No.2023:64-70*
- Sugiyono, (2017) Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif,dan R & D. Bandung:Alfabeta.