

**STRATEGI PEMASARAN BIBIT JERUK
(Studi Kasus ,Di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo,
Kabupaten Gresik)**

**MARKETING STRATEGY OF ORANGE SEEDLINGS
(Case Study, In Karangandong Village, Driyorejo District, Gresik Regency)**

Susana Natrin¹ Heri Susanto²

¹Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Putra

** Jl. Raya Benowo 1-3 Surabaya*

e-mail: 19021034@student.uwp.ac.id

ABSTRACT

Abstract This study aims to know. weaknesses, strengths, opportunities and threats that affect the marketing of orange seeds in Karangandong Village, Driyorejo District, Gresik Regency, by knowing the appropriate marketing strategies to be applied to orange seedlings in Karangandong Village, Driyorejo District, Gresik Regency. This study used qualitative methods where data were obtained by observation, questionnaires and documentation. The results showed that the marketing strategy applied by orange seeds in Karangandong Village, Driyorejo District, Gresik Regency was in the form of a marketing mix (product, price, place, promotion). This has an impact in increasing the marketing of orange seeds. The results also showed that there is a strong relationship between the elements of the marketing mix (price, product, place and promotion) with the marketing strategy of orange seeds. This research uses SWOT analysis to take advantage of opportunities and maximize strengths, reduce weaknesses and avoid threats.

Keywords: strategy, marketing, orange seeds

INTISARI

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui. kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pemasaran bibit jeruk di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik, dengan untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan pada bibit jeruk di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana data diperoleh dengan melakukan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan

bibit jeruk di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo, kabupaten gresik berupa bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*). Tersebut berdampak dalam meningkatkan pemasaran bibit jeruk. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara unsur-unsur bauran pemasaran (harga, produk, tempat dan promosi) dengan strategi pemasaran bibit jeruk. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk memanfaatkan peluang dan memaksimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Bibit Jeruk.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara agraris, artinya pertanian mempunyai peranan penting terhadap perkembangan pembangunan ekonomi nasional. Hal ini terlihat dari peran sektor pertanian terhadap penyedia lapangan kerja, penyedia lapangan, penyumbang devisa negara dan sebagainya. Dari berbagai tanaman yang dapat dihasilkan oleh sektor pertanian, tanaman jeruk mempunyai prospek agribisnis yang baik. Jeruk merupakan salah satu tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia, Cina dipercaya sebagai tempat pertama kali jeruk tumbuh di Indonesia sendiri, jeruk sudah tumbuh subur sejak ratusan tahun yang lalu. Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki luas pertanian jutaan hektar dan melibatkan puluhan juta tenaga kerja. Seyogyanya pertanian dapat menjadi tulang punggung ekonomi bangsa.

Sejak awal pembangunan peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia tidak perlu diragukan lagi, Pembangunan sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja serta mendorong kesempatan berusaha (Manihuruk dkk., 2018). Seiring dengan meningkatnya produksi buah, konsumsi buah masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun meningkat pula. Standar konsumsi buah yang ditetapkan *Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO)*, yakni sebesar 65,75 kilogram per kapita per tahun, sementara konsumsi buah masyarakat Indonesia masih rendah yaitu 32,67 kg per kapita per tahun. Jika 10% saja dari jumlah standar *FAO* tersebut adalah buah jeruk, yaitu sebanyak 6 kg per kapita per tahun, maka dengan jumlah penduduk 237 juta jiwa akan dibutuhkan 1.422.000 ton/tahun (Haq, 2015).

METODE PENELITIAN.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif Kualitatif dan maksud ingin memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang Strategi Pemasaran Bibit Jeruk . secara teoritis , Sugiyono (2020,) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data, bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkontruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAAN

1. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam lingkungan industri yang berupa kekuatan dan kelemahan dari UKM Desa Karangandong, sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar lingkungan industri berupa peluang dan ancaman.

2. Matrik IFAS EFAS

Langkah selanjutnya setelah identifikasi faktor adalah perhitungan bobot dan rating yang berfungsi sebagai landasan penentuan posisi perusahaan dalam bisnis. Hal ini penting diketahui sebagai dasar perusahaan untuk menjalankan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi perusahaan (Wiagustini dan Permatawati, 2015). Penentuan bobot didasarkan pada angka 0 - 1, yaitu akumulasi dari kekuatan dengan kelemahan dan akumulasi antara peluang dan ancaman. Nilai pada bobot ditentukan dari hasil wawancara antara penulis dengan pemilik perusahaan. Sedangkan penentuan rating berdasarkan tingkat pengaruh faktor tersebut terhadap perusahaan. Rating dari 1 – 4, paling berpengaruh. Penentuan rating tersebut berdasarkan diskusi dengan pemilik perusahaan. Bobot dan skor setiap elemen dijumlahkan. Untuk kekuatan dijumlahkan dengan kelemahan, sedangkan peluang dijumlahkan dengan ancaman (Saragih, 2014).

Skor = Rating x Bobot

Perhitungan bobot dan rating dapat dilihat tabel berikut1

Tabel 1 Faktor Internal

No	Kekuatan	Kelemahan
1.	Pemasaran berbagai macam jenis bibit jeruk cukup tinggi	1. Pemasaran bibit jeruk masi dilakukan secara trsdisional
2.	Didukung Fasilitas danprogram pemerintah melalui dinas terkait	2. Kurangnya jumlah tenaga kerja
3.	Varietas bibit dijaga	3. Fasilitas bagi konsumen masih kurang
4.	Selalu menjaga nama baik konsumen	5. Kebanyakan tenaga kerja masih berpendidikan rendah

Tabel 2 Faktor Eksternal

No	Peluang	Ancaman
1.	Banyaknya permintaan bibit jeruk	1. Adanya pesaingan yang kurang sehat dari pengusaha sejenis
2.	Tumbuh Daya Beli Masyarakat	2. Pemesanan yang tidak sesuai
3.	Berkembangnya tempat-tempat permukiman penduduk	3. Harga bersaing dengan pasar
4.	Manajemen Pemasaran dikuasi secara baik	4. banyaknya pesaing

Tabel Perhitungan Bobot dan Rating Tabel 1 *Strength* (Kekuatan)

No	<i>Strength</i> (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
1.	Pemasaran berbagai macam jenis bibit jeruk cukup tinggi	0,15	1	0,15
2.	Didukung Fasilitas dan program pemerintah melalui dinas terkait	0,02	4	0,08
3.	Varietas bibit dijaga	0,01	2	0,02
4.	Selalu menjaga nama baik konsumen	0,1	3	0,3
Jumlah Faktor Internal				0,55

Tabel 2 *Weakness* (Kelemahan)

No	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Bobot	Rating	Skor
1.	Pemasaran bibit jeruk masi dilakukan secara trsdisional	0,1	0,5	0,5
2.	Kurangnya jumlah tenaga kerja	0,05	0,3	0,015
3.	Fasilitas bagi konsumen masih kurang	0,15	0,2	0,3
4.	Kebanyakan tenaga kerja masih berpendidikan rendah	0,1	0,5	0,05
Jumlah Faktor Internal				1,45

Tabel 3 Faktor Eksternal Ancaman (*Threat*

Ancaman (<i>Threat</i>)	Bobot	Rating	Skor
1. Adanya pesaing yang kurang sehat dari pengusaha sejenis	0,15	0,1	0,015
2. Pemesanan yang tidak sesuai	0,1	0,3	0,03
3. Harga bersaing dengan pasar	0,07	0,4	0,28
4. banyaknya pesaing	0,05	0,3	0,15
Jumlah Faktor Eksternal			0,61

Tabel :4. Faktor Eksternal Peluang *oppourtunity*

<i>Oppourtunity</i> (Peluang)	Bobot	Rating	Skor
1. Banyaknya permintaan bibit jeruk	0,01	0,5	0,05
2. Tumbuh Daya Beli Masyarakat	0,1	0,5	0,05
3. Berkembangnya tempat-tempat permukiman penduduk	0,15	0,4	0,6
4. Manajemen Pemasaran dikuasi secara baik	0,08	0,3	0,24
Jumlah Faktor Eksternal			0,40

Selanjutnya dilakukan penentuan alternatif strategi berdasarkan analisis SWOT. Untuk menentukan posisi dalam matriks SWOT, maka dilakukan dua perhitungan. Pertama, dengan menjumlahkan antara total skor kekuatan, dengan total skor kelemahan, diasumsikan bahwa skor kekuatan bernilai positif, sedangkan skor kelemahan bernilai dominan. Jika hasilnya positif, maka berarti faktor kekuatan lebih dominan. Kedua, menjumlahkan antara total skor peluang dengan total skor ancaman,

diasumsikan skor peluang, bernilai positif, sedangkan skor ancaman bernilai dominan. Jika hasilnya positif, maka berarti faktor peluang lebih dominan. Sebaliknya, jika hasilnya dominan, maka berarti faktor ancaman lebih dominan. Dari matrik SWOT, dapat disusun 4 strategi utama, yaitu S-O, W-O, S-T, dan W-T. Masing-masing strategi ini memiliki karakteristik tersendiri dan hendaknya dalam implementasi, selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain (Tjoe dan Sarjono, 2018)

1. Strategi S-O (*Strengths – Opportunities*). Kategori ini mengandung berbagai alternatif strategi yang bersifat memanfaatkan peluang dengan mendayagunakan kekuatan/kelebihan yang dimiliki.
2. Strategi W-O (*Weaknesses – Opportunities*) Kategori yang bersifat memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan
3. Strategi S-T (*Strengths–Threats*) Kategori alternatif strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
4. Strategi W-T (*Weaknesses–Threats*) Kategori alternatif strategi sebagai solusi dari penilaian atas kelemahan dan ancaman yang dihadapi, atau usaha menghindari ancaman untuk mengatasi kelemahan.

Kategori alternatif strategi sebagai solusi dari penilaian atas kelemahan dan ancaman yang dihadapi, atau usaha menghindari ancaman untuk mengatasi kelemahan. Alternatif strategi ditunjukkan pada tabel 4.12 . Berdasarkan pada analisis diagram SWOT pada tabel 4.11 dan nilai pada tabel EFAS dan IFAS, bahwa kekuatan lebih besar dari kelemahan dan peluang lebih besar dari ancaman maka perusahaan berada dalam kuadran 1 dengan strategi agresif yang sesuai dengan strategi SO pada matrik SWOT. Berikut rangkuman strategi S – O yang layak dilakukan oleh UKM Desa Karangandong.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kekuatan yang dimiliki pemasaran bibit jeruk di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik adalah Pemasaran berbagai macam jenis bibit jeruk cukup tinggi, Didukung Fasilitas dan program pemerintah melalui dinas terkait, Varietas bibit dijaga, Selalu menjaga nama baik konsumen

2. Kelemahan yang di miliki pemasaran bibit jeruk Pemasaran bibit jeruk masih di lakukan secara tradisional berdasarkan kebiasaan petani yang sudah berpengalaman pemasaran bibit jeruk
3. Ancaman Pesaingan yang kurang sehat dari pengusaha sejenis Pemesan tidak sesuai terkadang pemesanan tidak sesuai dapat
4. Banyak permintaan bibit jeruk , Tumbuh daya beli masyarakat Berkembangnya tempat-tempat permukiman penduduk yang merupakan peluang pertumbuhan baru atau pengembangan usaha.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pemasaran bibit jeruk di Kabupaten Gresik berada pada kuadran I (SO) yaitu progresif, sehingga pemasaran bibit jeruk di Kabupaten Gresik dapat

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Petani pemasaran bibit jeruk Sistem pemasaran bibit jeruk yang dilakukan di Desa Karangandong Kecamatan Driyorejo , Kabupaten Gresik masih belum efisien karena penjualan dan pemasaran dari petani masih bertumpu pada penjual pengumpul sehingga mengakibatkan petani di posisi tawar yang lemah. Untuk meningkatkan posisi tawar petani, maka petani produsen diharapkan dapat berusaha meningkatkan kemampuan SDM, kemandirian, penguasaan informasi, teknologi dan manajemen usahatani, serta keterampilan teknis budidaya melalui fasilitasi dan dukungan program pembangunan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah yang bertujuan untuk peningkatan keunggulan pemasaran bibit jeruk di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik
2. Bagi Peneliti yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah untuk mengetahui strategi pemasaran kita harus mengetahui letak wilayah Desa Karangandong terlebih dahulu dengan cara melakukan penelitian, setelah selsai melakukan penelitian baru kita mengetahui strategi pemasaran bibit jeruk di Desa Karangandong dengan menggunakan strategi SO, strategi WO, strategi ST, starategi WT.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyani, Inggrit Devita. Gambaran Air Perasan Jeruk Lemon (*Citrus Limon (L.) Burm.*

- f.) Terhadap Pertumbuhan Bakteri *Staphylococcus Aureus*. Diss. STIKES Insan Cendekia Medika Jombang, 2017.
- Desintha, Herlin. Uji Daya Hambat Ekstrak Bawang Putih (*Allium sativum L*) Sebagai Fungisida Terhadap Pertumbuhan Jamur *Alternaria sp* Tanaman Jeruk (*citrus sp*). Diss. FKIP Unpas, 2017.
- Elisabeth, Maria Fatima Rati. Strategi Dan Bauran Pemasaran Pada Brem Merek Rumah Joglo Desa Kaliabu Caruban–Madiun. Diss. Universitas Wijaya Putra, 2022.
- Hakim, Ivan Lukmannul. Implementasi Pendidikan Jasmani dalam Pembelajaran Daring di Sekolah Menengah Atas Negeri 16 Bandung. Diss. Universitas Pendidikan Indonesia, 2020.
- Hanafi, Permata. KARAKTERISASI MORFOLOGI ORGAN GENERATIF TANAMAN JERUK SIAM (*Citrus nobilis L.*) DI DUA SENTRA LOKASI YANG BERBEDA. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Marpaung, Posman Hp. "Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bibit Jeruk Manis (*Citrus Sinensis*) Di Desa Cingkes." *Jasa Padi* 3.2 (2019): 63-72.
- MARHAWATI, MARHAWATI. *ANALISIS PENGEMBANGAN KOMODITAS JERUK PAMELO (*Citrus grandis L. Osbeck*) MELALUI PENDEKATAN AGRIBISNIS DI KABUPATEN PANGKEP= AN ANALYSIS ON THE DEVELOPMENT OF COMMODITIES OF POMELO (*Citrus grandis L. Osbeck*) THROUGH AGRIBUSINESS APPROACH IN PANGKEP REGENCY*. Diss.
- NAINGGOLAN, RISNAWATI VALENTIN. "Pengembangan Model Bisnis dan Strategi Pemasaran UMKM Saroha Farm untuk Produk Snack Tobatos. Dibimbing oleh BINSAR SIHOMBING, SE, M. Si dan Dr. MUKDIN M. TURNIP, MS. Dewan United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) telah menyepakati Kaldera Toba sebagai UNESCO Global Geopark pada Sidang ke-209 di Paris (07/07/2020). Salah satu UMKM yang berada disekitar kawasan Kaldera Toba dan tergabung kedalam Asosiasi UMKM Kaldera Toba adalah Saroha Farm. Usaha tersebut didirikan tahun "
- (2022).

- Qanita, Zalfa, et al. "Pengelolaan Perkebunan Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia* swingle) di Desa Palem Raya, Desa Tanjung Pering, Desa Seri Bandung, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan." *Seminar Nasional Lahan Suboptimal*. Vol. 10. No. 1. 2023.
- ,” *Repository Universitas Widyagama Malang*, accessed May 7, 2023, <https://repository.widyagama.ac.id/items/show/558>.
- Radete, D. B. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Rumah Makan Ayam Bakar Protol)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish
- Rahayuningsih, Jumriana, Vivi Sisca, and Eliyarti Eliyarti. "Analisis Vitamin C Pada Buah Jeruk Pasaman Untuk Meningkatkan Imunitas Tubuh Pada Masa Pandemi." *Journal of Research and Education*
- SUSANA MEGA KELA, "STRATEGI PEMASARAN BIBIT JERUK (Citrus sp) PADACV MULYODADI DESA MULYOAGUNG KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG
- Setiawan, Jefri. *STRATEGI PEMASARAN" BIBIT JERUK" DI UD TUNAS BARU MULYA KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG*. Diss. University of Muhammadiyah Malang, 2018.
- Suriadi, Suriadi, Rabiyyatul Jasiyah, and La Kasman. "Strategi Pengembangan Jeruk Manis Di Kecamatan Siompu Kabupaten Buton Selatan." *Media Agribisnis* 5.2 (2021): 95-107 Hanafi, Permata. *KARAKTERISASI MORFOLOGI ORGAN GENERATIF TANAMAN JERUK SIAM (Citrus nobilis L.) DI DUA SENTRA LOKASI YANG BERBEDA*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Saptika, Florencia Jovi. *Strategi pemasaran coffee shop setetes kopi dalam kondisi new normal*. BS thesis. Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Sari, Diana Puspita, and Abdrizal Oktafianto. "Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Ifas–Efas Pada Cv. Dynasty." (2017).

Universitas Hasanuddin, 2019.

Zulkifli, Arbik. *Pengaruh Massa Bioadsorben Dari Kulit Jeruk Nipis (Citrus Aurantifolia S) Dan Lama Kontak Dalam Meningkatkan Kualitas Minyak Goreng Bekas*. Diss.

<https://repository.widyagama.ac.id/items/show/558>