

Jurnal Agrosilvopasture-Tech

Journal homepage: <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/agrosilvopasture-tech>

Strategi Pemasaran Produk Olahan Sagu DD (Studi Kasus: CV. Breaven Pulau Ambon)

Marketing Strategy of DD Sago Processed Products (Case Study: CV. Breaven Pulau Ambon)

Sonia Salasa¹, Natelda R. Timisela^{2,*}, Esther Kembauw²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Jl. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka, Ambon 97233, Indonesia

²Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Jl. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka Ambon 97233, Indonesia

*Penulis korespondensi e-mail: nateldatimisela@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:
EFAS;
IFAS;
Marketing
Strategy

The research aims to determine strengths and weaknesses (internal factors) and opportunities and threats (external factors) for the CV. Breaven company, the research was conducted at the CV. Breaven company located at Jln. Waiyari Dalam RT 40 Negeri Suli, using descriptive analysis methods and qualitative analysis. The analytical tools that support qualitative research are IFAS analysis and EFAS, the results showed that the company is in the position of cell I growth, namely the combined value of IFAS is 3,70 and the EFAS value is 3,20

ABSTRAK

Kata Kunci:
EFAS;
IFAS;
Strategi Pemasaran

Penelitian bertujuan untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan (Faktor Internal) dan peluang serta ancaman (Faktor Eksternal) dari perusahaan CV. Breaven, Penelitian dilaksanakan pada perusahaan CV. Breaven yang berlokasi di Jln. Waiyari Dalam RT 40 Negeri Suli, Dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis kualitatif. Alat analisis yang mendukung menjadi penelitian kualitatif yaitu analisis IFAS dan EFAS, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi sel I pertumbuhan yaitu penggabungan nilai dari IFAS yaitu 3,70 dan nilai EFAS 3,20.

PENDAHULUAN

Tanaman sagu di Indonesia diperkirakan sebanyak 1,1 juta hektar atau berkisar antara 5.81 hingga 8.51 juta ton pati sagu kering per tahun (Bantacut, 2011). Menurut Dinas Pertanian Provinsi Maluku, Produksi sagu di Maluku tahun 2022 yaitu sebesar 9.839,84-ton pertahun, dan produksi sagu terbanyak terdapat di Kabupaten Seram Bagian Timur dengan jumlah produksi sagu sebanyak 9.399,60 ton. Produksi sagu mengalami peningkatan tiap tahunnya, potensi produksi tepung sagu ditentukan berdasarkan jumlah pohon masak terbang dan produksi tepung per pohon (Timisela, 2006). Sagu kaya akan karbohidrat (pati) sekitar tetapi hanya memiliki sedikit nutrisi lainnya. Kandungan gizi tepung sagu per 100 gram adalah karbohidrat 94 g, protein 0,2 g, lemak 0,2 g, kadar air 14 g dan kalori 355 kal (Auliah, 2012). Polnaya *et al.* (2018) mengemukakan bahwa kadar air, abu, amilosa dan RS pati sagu berturut-turut adalah 11,60%, 0,06%, 27%, dan 6,54%. Karena sagu miskin gizi lainnya, namun pati sagu sebagai bahan makanan tambahan yang

mengandung karbohidrat cukup tinggi, digunakan oleh sebagian besar penduduk Maluku yang berada di pedesaan, bahkan di perkotaan sebagai makanan pokok selain beras (Timisela, 2008). Masyarakat Maluku mengkonsumsi hidangan tradisional dari sagu, seperti papeda, sinoli, tutupola, lempeng sagu, dan buburne (Latumahina et al., 2021). Perkembangan saat ini, terlihat bahwa sagu mulai diolah oleh berbagai industri rumah tangga menjadi produk-produk modern yang memiliki nilai jual dan nilai tambah.

Salah satu industri yang melakukan inovasi produk pangan lokal berbahan dasar tepung sagu yaitu CV. Breaven dengan merek DD. Produk olahan CV. Breaven seperti Macaron original, Macaron Kenari, Macaron Keju, Macaron Susu, Bagea, Sagu Keju, Sagu Ambon, Sarut, dan sagu tumbu. Produk-produk olahan CV. Breaven dipasarkan pada tiga toko yaitu santhos jenwelry, toko hidayah dan toko manise Ambon. Produk olahan sagu CV. Breaven bermerek DD memiliki peluang yang cukup baik untuk dikembangkan dalam rangka meningkatkan dan mendukung program diversifikasi pangan dikalangan Masyarakat. Untuk memenuhi permintaan pasar, produk olahan sagu DD perlu dikembangkan baik dari segi kualitas maupun kuantitas untuk meningkatkan daya saing. Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan CV. Breaven menghasilkan pendapatan kotor (*Gross income*) selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2021, 2022, dan 2023 ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Gross Income* Produk Olahan Sagu DD

No	BULAN	Gross icome /Tahun		
		2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)
1	Januari	750.000	945.550	1.500.000
2	Ferbuari	499.500	800.000	998.750
3	Maret	870.000	871.500	987.500
4	April	760.000	897.320	976.450
5	Mei	789.500	950.000	1.435.000
6	Juni	653.945	947.067	1.730.000
7	Juli	624.588	945.898	1.870.000
8	Agustus	876.000	930.780	1.750.900
9	September	687.000	876.000	2.657.000
10	Oktober	798.700	998.000	3.500.000
11	November	698.500	901.350	3.750.000
12	Desember	870.000	1.250.000	5.750.000
Total		8.877.733	11.313.465	26.905.600

Sumber: Data perusahaan CV. Breaven 2023.

Tabel 1 menunjukkan bahwa pendapatan perusahaan pada tahun 2021 sebesar Rp 8.877.733. Pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar Rp 11.313.465 atau meningkat Rp. 2.435.732. Pada tahun 2023 pendapatan meningkat sangat tajam sebesar Rp 26.905.600 atau meningkat Rp. 15.592.135. Hasil pendapatan ini menunjukkan bahwa prospek pengembangan penjualan produk olahan sagu DD sangat baik. Hal ini ditunjang dengan metode pemasaran yang efektif untuk memenuhi preferensi pelanggan terhadap produk olahan sagu DD. Saat ini di Kota Ambon terdapat banyak perusahaan sejenis yang menyediakan produk olahan sagu dengan berbagai variasi rasa dan harga yang bervariasi. CV. Breaven perlu memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal baik dalam perusahaan maupun di luar Perusahaan. Hal ini tentunya untuk meningkatkan kekuatan, meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada serta memanfaatkan setiap peluang. Faktor-faktor ini penting karena sangat berdampak pada keberadaan Perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi apapun. Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor eksternal (Peluang dan Ancaman).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di perusahaan CV. Breaven yang berlokasi Jln. Waiyari Dalam Rt 40 Negeri Suli. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) karena CV Breaven adalah IKM pangan

yang memproduksi berbagai produk olahan sagu DD dengan menerapkan inovasi baru. Sampel penelitian terdiri dari pemilik dan karyawan CV. Breaven sebanyak 4 orang yang diambil secara sensus. Konsumen produk olahan sebanyak 21 orang yang diambil secara *accidental sampling* (Sugiyono, 2021). Pemilik toko oleh-oleh berjumlah tiga orang yang diambil secara sensus. *Stakeholder* berjumlah 3 orang yang diambil secara sengaja karena mengetahui perkembangan sagu di Kota Ambon. Rianse & Abdi (2012) menyatakan bahwa pemilihan responden, tidak ada jumlah minimum yang diperlukan untuk mengidentifikasi informan dalam penelitian ini. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT dan metode IFAS dan EFAS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Perusahaan

CV. Breaven terdiri dari kata *Bread* dan *Heaven* yang artinya Roti dari surga atau Roti Surga. CV. Breaven merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai jenis cemilan khas Maluku, dengan dua nama brand yaitu DD dan Natsepa Kenari. CV. Breaven di kelolah oleh ibu "N" yang berusia 52 Tahun. Ibu "N" mengembangkan berbagai macam produk oleh-oleh berbahan dasar tepung sagu karena melihat adanya peluang bisnis besar yang dapat dimanfaatkan di Kota Ambon. CV. Breaven terkenal dengan produk sagu yang diberikan merk DD yang merupakan anak dari pemilik usaha. Usaha pengolahan sagu mulai dilakukan pada 29 Desember 2009. Usaha terus berkembang sampai saat ini. Kepemilikan modal usaha ada modal sendiri sebagai modal awal yang diperuntukkan untuk memulai usaha sebesar Rp. 10.000.000. Perputaran modal untuk pengembangan usaha sangat lancar karena pemilik usaha mengatur sendiri usahanya dibantu oleh dua orang karyawan. CV. Breaven saat ini berlokasi di Natsepa Kenari Snack Factory Outlet, Jalan Waiyari, Suli, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah, Maluku.

Tabel 2. IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*)

Matriks Faktor Internal				
No	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Bobot	Rating	Nilai
1.	Produk telah memiliki sertifikasi halal MUI dan izin P-IRT	0,10	4,00	0,40
2.	SDM terampil	0,08	4,00	0,30
3.	Mutu produk bersaing	0,08	4,00	0,30
4.	Memiliki mesin produksi yang baik	0,08	4,00	0,30
5.	Keragaman produk	0,10	4,00	0,40
6.	Packaging lebih menarik	0,10	4,00	0,40
7.	Modal Sendiri	0,08	4,00	0,30
8.	Memiliki media social	0,10	4,00	0,40
Sub Total		0,76		3,03
No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Nilai
1.	Tidak memiliki tempat pemasaran sendiri	0,10	2,00	0,21
2.	Adanya pemberhentian kerjasama antar tempat pemasaran	0,05	4,00	0,21
3.	Tidak adanya pengolahan khusus website dan media sosial	0,08	3,00	0,23
Sub Total		0,24		0,68
Total		1,00		3,70

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada CV. Breaven sangat penting untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan di dalam perusahaan serta peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Factor internal yang terdapat pada perusahaan yang terdiri dari kekuatan terdapat 8 faktor, sedangkan kelemahan terdapat 3 faktor. Berdasarkan kekuatan yang dimiliki Perusahaan maka dapat meminimalisir kelemahan pada perusahaan. Factor eksternal yang berasal dari luar Perusahaan terdiri dari peluang terdapat 7 faktor sedangkan ancaman terdiri dari 3 faktor. Peluang pada perusahaan CV. Breaven dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk, meminimalisir ancaman hingga dapat mendominasi peluang.

IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*)

Tabel 2 menjelaskan faktor-faktor internal perusahaan CV. Breaven untuk produk olahan sagu DD yang dirincikan di bawah ini.

Tabel 2 menunjukkan bahwa pengaruh dari dalam perusahaan terdapat 8 faktor kekuatan dan 3 faktor kelemahan pada CV. Breaven. Nilai total sebesar 3,70 menunjukkan bahwa perusahaan CV. Breaven mampu mengatasi kelemahan serta memanfaatkan kekuatan yang ada dalam memasarkan produk olahan sagu bermerek DD.

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman yang dihadapi oleh CV. Breaven. Nilai total untuk faktor peluang sebesar 2,20 sedangkan faktor ancaman sebesar 0,71 disajikan pada Tabel 3. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Berdasarkan hasil perkalian rating dan bobot total nilai dari peluang dan ancaman sebesar 3,19.

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

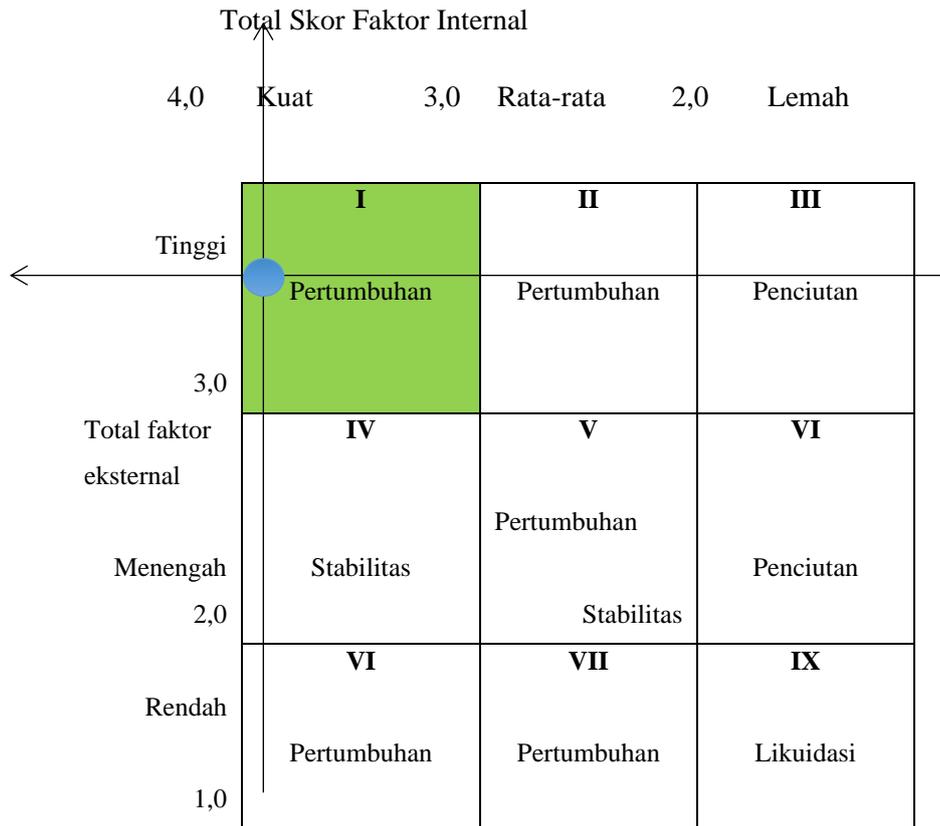
Matriks Faktor Internal				
No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Nilai
1.	Adanya peningkatan permintaan pasar	0,11	4,00	0,43
2.	Kemajuan teknologi dan informasi	0,08	3,00	0,24
3.	Produk yang di gemari dan di kenal masyarakat luas	0,11	4,00	0,43
4.	Produksi sagu yang meningkat tiap tahun	0,08	3,00	0,24
5.	Adanya dukungan dari pemerintah	0,08	3,00	0,24
6.	Promosi penjualan dan pengenalan produk melalui berbagai macam <i>event</i>	0,08	3,00	0,24
7.	Hubungan dengan pemasok (bahan baku, kemasan) yang baik	0,08	3,00	0,24
Sub Total		0,66		2,20
No	Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot	Rating	Nilai
1	Kenaikan harga bahan baku	0,09	2,00	0,17
2	Promosi media sosial yang kurang efektif	0,06	2,00	0,11
3	Banyaknya perusahaan yang meniru dan sejenis di kota Ambon	0,09	3,00	0,26
Sub Total		0,34		0,71
Total		1,00		3,19

Sumber: Data primer setelah diolah 2024.

Matriks IE

Hasil analisis pada Tabel 2 dan 3, menampilkan matriks I-E diperoleh dari penggabungan nilai IFAS 3,70 dan nilai EFAS 3,19 menunjukkan bahwa posisi perusahaan CV. Breaven berada pada posisi bertumbuh dan berkembang selaras dengan hasil nilai matriks IE yang sama-sama berada pada posisi yang tinggi. Menurut Umar (2019) dan Rusdiansyah (2016) matriks IE terdiri dari dua kelompok yaitu skor total dari matriks IFE pada sumbu X dan skor total dari matriks EFE pada sumbu Y. Pada sumbu X dari Matriks IE, total skor bobot IFE 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, total skor 2,0 hingga 2,99 menunjukkan posisi internal yang sedang, dan total skor 3,0 hingga 4,0 menunjukkan posisi internal yang kuat. Sedangkan pada sumbu Y, total skor bobot EFE 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi eksternal yang rendah, skor 2,0 hingga 2,99 menunjukkan posisi eksternal yang sedang, dan skor 3,0 hingga 4,0 menunjukkan posisi eksternal yang tinggi. Hasil ini dapat dilihat pada Gambar 1.

Skor faktor internal nilai IFAS sebesar 3,70 dan skor faktor eksternal pada EFAS sebesar 3,19 yang artinya bahwa posisi CV. Breaven baik secara internal maupun eksternal berada pada kategori tumbuh dan berkembang. Hasil dari pertemuan kedua titik IFE dan EFE menggambarkan posisi perusahaan menempati kolom kuadrat 1 atau *Grow and Build*, yang merupakan kondisi yang sangat baik untuk pengembangan dan pertumbuhan yang bertumpuk pada kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada (Talakua et al., 2022).



Gambar 1. Matriks IE
 Sumber: Data primer setelah diolah (2024)

KESIMPULAN

Strategi pemasaran produk olahan sagu DD menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi sel I pertumbuhan yaitu memiliki kekuatan yang baik sehingga dapat mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang untuk memasarkan produk olahan sagu DD sesuai hasil perhitungan IFAS dan EFAS sebesar 3,70 dan 3,19.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, A. (2012) Formulasi kombinasi tepung sagu dan jagung pada pembuatan mie. *Jurnal Ilmiah Kimia dan Pendidikan Kimia*, 13(2), 33–38.

Bantacut, T. (2011). Sagu Sumberdaya untuk penganekaragaman pangan pokok. *Jurnal Pangan*, 20(1), 27-40.

Latumahina, Y., Timisela, N. R., & Luhukay, J. M. (2021). Analisis margin pemasaran produk sagu (Studi kasus bioindustri Sawa) Di Negeri Waraka Kabupaten Maluku Tengah. *AGRILAN: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 9(1), 32-44.

Polnaya, F.J., Huwae, A.A., & Tetelepta, G. (2018). Karakteristik sifat fisiko-kimia dan fungsional pati sagu ihur (*Metroxylon sylvestre*) dimodifikasi dengan hidrolisis asam. *Agritech*, 38(1), 7-15.

Rianse, U. & Abdi. (2012). *Metodologi Penelitian Social dan Ekonomi. Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung.

Rusdiansyah. (2016). Analisis strategi aplikasi penagihan (dengan metode SWOT). *Bina Insani ICT Journal*, 3(1).

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-3. Alfabeta. Bandung.

Talakua, E.W., Kakisina, L.O., & Timisela, N.R. (2022). Strategi pengembangan ternak kambing Lakor: Pendekatan produksi, pendapatan, dan analisis SWOT. *JSEP: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15 (1), 59–76.

Timisela, N.R. (2008). Studi kelayakan industri rumah tangga pangan (IRTP) Sagu. *Agrin: Jurnal Penelitian*

Pertanian, 12(1), 42-55.

Timisela, N.R. (2006). Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Pemasarannya. *Jurnal Agroforestri*, 1(3), 57-64.

Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.