

PROSPEK DAN STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI JAJAN BANTAL GAPUK KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Rauhul Aini, Muhammad Anwar

Fakultas Pertanian Universitas Gunung Rinjani
Email: aanwar.muh@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Prospek dan Strategi Pemasaran Agroindustri Jajan Bantal Gapuk Kabupaten Lombok Timur”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu Desa Gapuk merupakan pusat produksi dan tempat penjualan jajan bantal di Kabupaten Lombok Timur.

Analisis data menggunakan SWOT, yaitu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang dan secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (*EFAS*) dan faktor internal (*IFAS*).

Dari analisis faktor internal dan eksternal diperoleh kesimpulan, bahwa posisi agroindustri Jajan Bantal Gapuk berdasarkan matriks IE berada pada sel V pertumbuhan dan stabilitas yang berarti posisi agroindustri jajan bantal berada pada posisi seimbang. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan agroindustri jajan bantal gapuk adalah Menciptakan variasi baru produk, Melakukan promosi dengan memanfaatkan perkembangann dunia internet, Memperluas jaringan pasar, Merger dengan usaha yang sejenis, Efisiensi biaya, meningkatkan modal usaha dengan ketersediaan bahan baku, menambah jumlah produksi dengan memanfaatkan lokasi yang strategis pada saat musim liburan.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Jajan Bantal, SWOT, dan Lombok Timur*

ABSTRACT

This study aims to determine "Marketing Prospects and Strategy of Gapuk Bantal Snacks in East Lombok Regency". This study uses a descriptive qualitative method by determining the area of research carried out by purposive sampling, namely Gapuk Village is the center of production and a place for selling pillow snacks in East Lombok Regency.

Data analysis uses SWOT, which is the systematic identification of various factors to damage the service strategy. This analysis is based on logic that can maximize strengths, opportunities and simultaneously can minimize deficiencies and threats. SWOT analysis compares between external factors (*EFAS*) and internal factors (*IFAS*).

From the analysis of internal and external factors concluded that the position of Bantal Snack agro-industry in Gapuk based on the IE matrix was in cell V growth and stability, which meant that the position of pillow snack agro-industry was in a balanced position. Alternative strategies that can be applied in marketing bantal pocket agroindustry in Gapuk are Creating new product variations, Doing promotion by utilizing the development of the internet world, Expanding market networks, Merging with similar businesses, Cost efficiency, increasing business capital with the availability of raw materials, increasing the amount production by utilizing strategic locations during the holiday season

Keywords: *Marketing Strategy, Bantal Snacks, SWOT, and East Lombok*

Pendahuluan

Dunia usaha dewasa ini berkembang semakin pesat, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, diversifikasi usaha dan produk berbagai jenis usaha seperti perdagangan, industri, jasa maupun media massa bahkan jenis usaha rumahan (agroindustri). Perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki, sehingga perlu adanya manajemen yang baik agar dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal.

Agroindustri sangat penting bagi perekonomian nasional, sebagai negara yang menghasilkan berbagai jenis produk pertanian yang memerlukan sarana pengolahan untuk memproses produk pertanian primer menjadi aneka produk jadi yang diperlukan. Agrobisnis bersama-sama dengan agroindustri merupakan pendekatan yang ditempuh untuk pengembangan pertanian industri pada masa yang akan datang karena industri pengolahan hasil pertanian yang ditangani secara utuh berdampak positif terhadap pertumbuhan baru bagi sektor pertanian, mampu menyerap banyak tenaga kerja dan meningkatkan nilai tambah (Soekartawi, 1991).

Industri yang masih banyak berkembang di daerah Lombok Timur pada khususnya adalah industri rumah tangga/industri kecil dengan jumlah tenaga kerja yang sedikit, dan umumnya merupakan pekerja keluarga. Produk yang diproduksi pun terbatas karena pangsa pasar yang juga terbatas. Selain keindahan alam, adat dan budaya, Pulau Lombok juga terkenal dengan kuliner khas, seperti beberuk, pececing, sate bulayak, ares dan masih banyak lagi, demikian juga dengan jajanannya, salah satunya bantal. Bantal yang satu ini memang bukan untuk tidur sehingga bisa dimakan, Jajan ini merupakan salah satu jajan tradisional khas Lombok yang banyak kita temui di pasar, namun ada satu tempat khusus dimana pedagang bantal berderet sepanjang kiri kanan jalan, tepatnya di daerah Desa Gapuk, Kecamatan Suralage Lombok Timur. Jalur jalan ini sangat ramai dan banyak dilewati setiap hari oleh bis, truk, kendaraan umum, serta kendaraan pribadi lainnya,

sayangnya tidak banyak yang mampir membeli bantal.

Usaha jajan bantal merupakan salah satu sektor usaha rumahan (agroindustri) yang berada di Desa Gapuk Kecamatan Suralage Kabupaten Lombok Timur yang sampai saat ini masih dikembangkan, usaha industri kecil atau usaha jajan bantal ini adalah usaha yang sifatnya dikerjakan secara turun temurun. Pada prakteknya usaha-usaha agroindustri berupaya menciptakan efisiensi produk, biaya rendah, dan distribusi massal dimana fokus utamanya adalah distribusi dan harga (Tjiptono, *dkk.*, 2008). Barang hasil produksi agroindustri memerlukan beberapa tahapan yaitu; pemilihan bahan baku yang akan digunakan, pemakaian bahan penolong, pemakaian jasa tenaga kerja dan pemakaian biaya-biaya lainnya, sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan merupakan biaya yang akan dikalkulasikan untuk menetapkan harga pokok penjualan nantinya (Dasilva, 2008).

Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (*end user*), sebuah proses/ alur yang melibatkan lembaga-lembaga tataniaga, seperti agen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, serta industri pengolahan dan sebagainya. Agar usaha agroindustri khususnya Jajan Bantal Gapuk ini mampu bersaing dan berkembang, diperlukan suatu strategi operasional yang tepat (dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi sehingga nilai jualnya akan lebih tinggi yang pada akhirnya akan mampu mendatangkan keuntungan yang lebih tinggi). Hal ini akan memberikan harapan kepada pengusaha karena peluang pasar yang semakin luas.

Dari uraian di atas, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Prospek dan Strategi Pemasaran Agroindustri Jajan Bantal Gapuk Kabupaten Lombok Timur”.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan “Prospek dan Strategi Pemasaran dan Agroindustri Jajan Bantal Gapuk Kabupaten Lombok Timur”.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para

pengusaha termasuk pengusaha tani dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, mendapatkan laba, dan untuk berkembang. Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran adalah suatu urutan kegiatan yang saling berkaitan erat dengan perusahaan dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Menurut Anindita (2004), pemasaran adalah serangkaian kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk (barang dan jasa) dari titik produsen ke titik konsumen. Pemasaran disebut efisien apabila tercipta suatu keadaan dimana pihak-pihak yang terlibat (produsen, lembaga-lembaga pemasaran maupun konsumen) memperoleh kepuasan dengan adanya aktivitas pemasaran. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu usaha.

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan memperlancar aliran uang, nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, baik dari tangan konsumen akhir ke tangan produsen awal dalam suatu sistem komoditas. Menciptakan suatu nilai produk dapat dilakukan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan seperangkat alat pemasaran taktis terkontrol dengan komponen-komponen (produk, harga, promosi, dan distribusi) yang dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Menurut Priansa (2017) bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4 (empat) komponen dalam strategi pemasaran yang disebut 4P, yaitu:

1. *Product* (produk) adalah suatu barang, jasa, atau gagasan yang dirancang dan ditawarkan perusahaan untuk kebutuhan konsumen.
2. *Price* (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk.
3. *Place* (tempat, termasuk juga distribusi) adalah penempatan suatu produk agar tersedia bagi target konsumen, sejenis aktivitas yang berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk dari produsen ke konsumen.
4. *Promotion* (promosi) adalah aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, dan membujuk target konsumen untuk membeli produk.

Strategi Pemasaran

Strategi sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan berbagai sumberdaya untuk mencapai tujuan tertentu. Mengenai pengertian strategi pemasaran beberapa ahli memberikan definisi yang berbeda-beda, diantaranya; *a*) Strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek atau jangka panjang yang didasarkan pada riset pasar, penilaian produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi (Kotler, 2000); *b*) Strategi pemasaran adalah mengalokasikan dan mengkoordinasi sumberdaya dalam kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan di dalam produk pasar spesifik.

Strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu (4P dari *marketing* yaitu *product, price, promotion* dan *place*) yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak perusahaan. Jadi penyusunan strategi pemasaran menyakuti proses interaksi antara kekuatan pemasaran di dalam perusahaan dan keadaan di luar perusahaan. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang bisa mempengaruhi permintaan terhadap produk, di antaranya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan distribusi, dan sebagainya. Dalam penerapannya kerap kali berbagai program pemasaran dipadukan atau dilaksanakan bersama-sama.

Agroindustri

Agroindustri dapat diartikan dua hal, yaitu; *pertama*, agroindustri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang berbahan baku utamanya adalah produk pertanian. Suatu industri yang menggunakan bahan baku dari pertanian dengan jumlah minimal 20% dari jumlah bahan baku yang digunakan adalah disebut agroindustri. *Kedua*, agroindustri merupakan suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Pembangunan agroindustri dihadapkan pada berbagai tantangan, baik tantangan atau

permasalahan yang ada di dalam negeri atau di luar negeri. Peranan sektor industri dalam kegiatan pembangunan semakin penting. Pemerintah terus berusaha menyeimbangkan peranan sektor industri terhadap sektor pertanian, untuk menciptakan struktur ekonomi yang seimbang dimana terdapat kemampuan industri yang maju didukung oleh pertanian yang tangguh. Kenyataan di atas menuntut partisipasi industri untuk mengolah hasil-hasil pertanian (agroindustri) guna meningkatkan nilai tambah pertanian untuk mewujudkan pembangunan yang strategis.

Kekuatan dalam membangun diri bagi agroindustri dapat menjadi pendorong laju perusahaan dalam memasuki pasar persaingan. Perumuskan tujuan perusahaan dengan jelas dan budaya organisasi yang kuat menjadi identitas diri bagi sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan tersebut dituangkan dalam bentuk visi dan misi strategis perusahaan untuk menghadapi pesaing-pesaingnya. Menurut (Hitt, *et all.*, 2005) bahwa lingkungan industri adalah serangkaian faktor-faktor yang secara langsung mempengaruhi

perusahaan dan tindakan dan tindakan kompetitifnya. Faktor-faktor tersebut antara lain :

- Ancaman dari pelaku bisnis baru
- Supplier
- Pembeli
- Produk pengganti
- Intensitas persaingan diantara para pesaing.

Jajan Bantal

Jajan bantal atau kue bantal memiliki bentuk seperti layaknya bantal tidur, sehingga disebut sebagai kue bantal. Kue ini awal mulanya di produksi di Desa Gapuk sehingga lebih populer dimasyarakat Lombok Timur khususnya disebut Kue Bantal Gapuk. Jajan bantal ini terbuat dari ketan yang ditambah isian pisang atau kacang merah ditengahnya dan dibungkus dengan daun aren atau daun kelapa. Bahan-bahan yang harus disiapkan untuk membuat jajan bantal sebagai berikut: Satu kg ketan, satu buah kelapa tua, satu sisir pisang, garam, daun aren muda (Janur), Pengikat yang terbuat dari daun aren. Jajan bantal yang sudah siap dijual tampak seperti gambar berikut:



Gambar 1. Jajan Bantal Gapuk

Adapun cara pembuatan kue bantal tersebut yaitu dengan menyiapkan bahan-bahan seperti beras ketan 1 kg, pisang 1 sisir, kelapa 1 buah, daun aren secukupnya, dan alat pengikat yang terbuat dari daun aren. Setelah bahan-bahan tersebut lengkap maka awal proses pembuatannya dengan membersihkan beras ketan. Sebelum mulai membuat adonan ketan, siapkan terlebih dahulu anyaman daun aren yang berbentuk segi empat. Rendam ketan selama kurang lebih 2 jam lalu angkat dan tiriskan, campur ketan yang sudah direndam dengan kelapa yang sudah diparut. Tambahkan garam secukupnya, aduk sampai rata. Masukkan campuran ketan ke dalam daun aren yang sudah dibentuk segi empat, kemudian

masukkan pisang yang sudah dikupas di tengah-tengah ketan. Ikat dengan tali daun aren, masukkan ke dalam panci an rebus hingga matang. Kue bantal siap dihidangkan. (Anonim, 2015).

Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu menemukan dan menggambarkan data-data statistik yang berfungsi untuk memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiono, 2013). Dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran dan pengembangan yang harus

dilakukan oleh pengusaha jajan bantal gapuk sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (*internal*) serta peluang dan ancaman yang ada (*eksternal*).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik wawancara langsung kepada responden yang berdasarkan pada daftar pertanyaan (*kuisisioner*) yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Penentuan Daerah Penelitian dan Responden

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja), yaitu Desa Gapuk merupakan pusat usaha (*produksi*) dan tempat penjualan jajan bantal di Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini dilakukan di desa Gapuk Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang dan produsen jajan bantal yang ada di Desa Gapuk Kecamatan Suralaga, penentuan responden dilakukan dengan menggunakan Sampling Jenuh (*Metode Sensus*). Teknik pengambilan sampel dengan metode sensus dapat dilakukan apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan jumlah populasinya kurang dari 30 orang (Riduwan, 2010). Metode ini dilakukan karena jumlah produsen dan pedagang Jajan Bantal Gapuk sebanyak 24 orang.

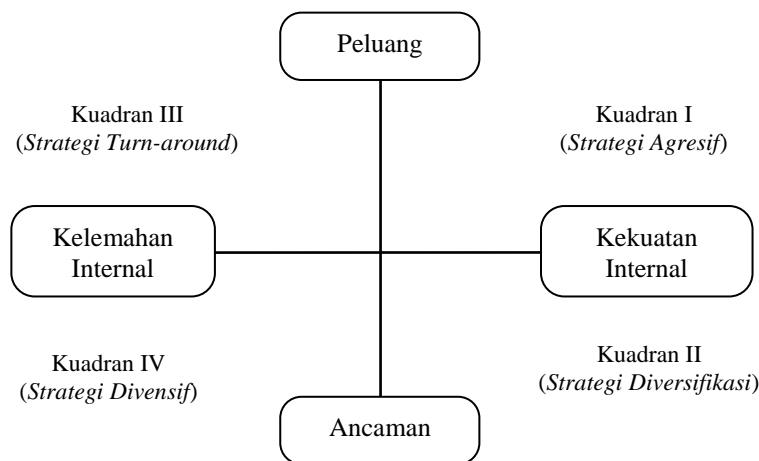
Sumber Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dari berbagai sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui wawancara yang berpedoman pada daftar pertanyaan (*kuisisioner*) yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang dan secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (*EFAS*) dan faktor internal (*IFAS*) (Rangkuti, 2004).

Proses yang harus dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT agar keputusan yang diperoleh lebih tepat perlu melalui berbagai tahapan sebagai berikut: *Pertama*; Tahap pengambilan data dan evaluasi faktor eksternal dan internal, *Kedua*; Tahap analisis yaitu pembuatan matriks internal, eksternal dan matriks SWOT, dan *Ketiga*; Tahap pengambilan keputusan. Diagram Analisis SWOT terdiri atas empat kuadran seperti tampak pada gambar berikut:



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

- KUADRAN I : Situasi sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
- KUADRAN II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa).

KUADRAN III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak perusahaan menghadapi beberapa kelemahan internal. Fokus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

KUADRAN IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Desa Gapuk merupakan salah satu desa dari 15 desa di Kecamatan Suralaga dengan luas wilayah 3,71 km² (371 ha) atau 13,73% dari luas keseluruhan Kecamatan Suralaga. Adapun batas-batas wilayah Desa Gapuk sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Kalibambang
Sebelah Selatan	: Anjani
Sebelah Timur	: Lenek Tengah
Sebelah Barat	: Pringgasela Timur

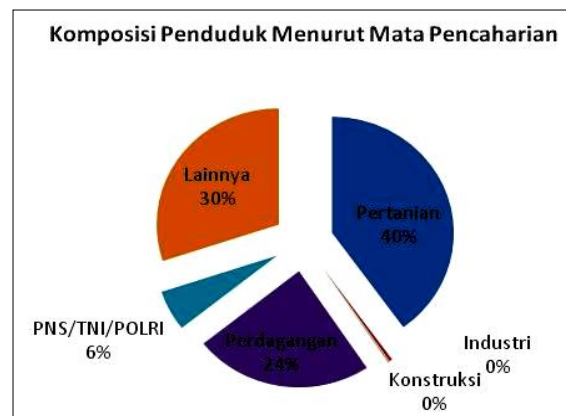
Desa Gapuk terdiri dari tiga dusun yaitu Gapuk Baru, Gapuk Daya Dan Gapuk Lauk, dengan jarak tempuh dari ibu kota kecamatan adalah lima kilo meter. Desa Gapuk termasuk desa tertinggi dari atas permukaan laut di Kecamatan Suralaga dengan ketinggian 263 mdpl.

Kondisi penduduk Desa Gapuk menurut jenis kelamin jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki berjumlah 1.348 jiwa, sedangkan jumlah penduduk perempuan berjumlah 1.421 jiwa. Total penduduk Desa Gapuk pada 2015 adalah 2.769 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 525 KK dan kepadatan penduduk sebesar 10,5/km (Profil Desa Gapuk, 2016).

Komposisi penduduk menurut mata pencaharian digunakan untuk mengetahui tingkat sosial ekonomi dan karakteristik daerah dengan melihat mata pencaharian yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Keadaan mata pencaharian penduduk di suatu daerah sangat dipengaruhi sumber daya yang tersedia dan kondisi sosial ekonomi seperti keterampilan yang dimiliki, tingkat pendidikan lapangan pekerjaan dan modal yang tersedia. Keadaan penduduk di Desa Gapuk menurut mata pencaharian dapat dilihat pada diagram pie berikut :

Dari diagram pie tersebut dapat diketahui bahwa di Desa Gapuk sebagian besar penduduknya bekerja dibidang pertanian yaitu sebanyak 40%. Sektor pertanian memiliki persentase terbesar, keadaan ini menunjukkan bahwa sektor pertanian memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup

penduduk di Desa Gapuk. Sektor pertanian juga dapat menguatkan dan mendukung tersedianya bahan baku untuk kebutuhan berbagai agroindustri bagi masyarakat sekitarnya. Persentase terbesar kedua adalah sektor perdagangan yaitu sebesar 24%, hal ini menandakan selain sektor pertanian, penduduk juga mengandalkan sektor perdagangan dalam mencari nafkah dengan berbagai skala baik kecil, menengah atau besar.



Sumber: Profil Desa Gapuk, 2016

Analisis SWOT IFAS dan EFAS Agroindustri Jajan Bantal Gapuk

Kekuatan (*Strenght*) agroindustri dalam pemasaran jajan bantal

- Tempat/Lokasi usaha cukup strategis; tempat memasarkan (*layout*) produksinya sangat bagus yaitu di pinggir jalan yaitu jalur utama provinsi (banyak kendaraan yang berlalu lalang).
- Penggunaan modal usaha; pengusaha agroindustri jajan bantal rata-rata menggunakan modal usaha sendiri untuk menjalankan usahanya.
- Produk tanpa bahan pengawet; dengan mengutamakan kualitas produk akan lebih menarik minat konsumen untuk membeli makanan yang aman, sehat dan tidak mengandung bahan berbahaya.
- Pelayanan terhadap konsumen; cara penjual melayani pembeli dengan menunjukkan sikap yang ramah tamah.

e. Harga jual produk; dalam menetapkan harga produk perusahaan tidak hanya menetapkan harga berdasarkan kehendak. Penetapan harga harus melihat penetapan harga pesaing serta terlebih dahulu menghitung beberapa biaya, seperti biaya (tenaga kerja, bahan baku, produksi, dsb).

Kelemahan (*Weaknesses*) agroindustri dalam pemasaran jajan bantal

- a. Promosi kurang; kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan belum dilakukan.
- b. Diversifikasi produk terbatas; produk yang dihasilkan hanya memiliki sedikit inovasi baik dari segi bentuk dan cita rasa.
- c. Minim tenaga kerja profesional; jumlah tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam proses produksi seperti membuat adonan dan bungkus jajan bantal masih kurang.
- d. Ketahanan produk; sifat ketahanan jajan bantal yang hanya bisa bertahan 1-2 hari saja karena bersifat makanan basah dan mudah basi.

Peluang (*Opportunities*) agroindustri dalam pemasaran jajan bantal

- a. Perkembangan teknologi (*internet*); semakin bervariasinya manfaat dan kegunaan dunia internet dalam kehidupan sehingga perusahaan bisa melakukan penjualan secara *online*.
- b. Ketersediaan bahan baku yang melimpah; bahan baku yang digunakan dalam produk mudah untuk didapatkan.
- c. Perkembangan industri wisata; banyak tempat wisata baru yang tumbuh dan berkembang dengan sangat cepat menjadi peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.
- d. Kebijakan pemerintah; dukungan dari pemerintah setempat terhadap perusahaan agroindustri jajan bantal cukup baik, dengan diberinya alat operasional untuk produksi jajan bantal.

e. Pangsa pasar masih luas; masih terdapat banyak wilayah pemasaran yang dapat dimasuki oleh perusahaan untuk memasarkan produknya.

Ancaman (*Threats*) agroindustri dalam pemasaran jajan bantal

- a. Kenaikan harga bahan baku; naiknya harga bahan baku akan mengakibatkan pada kenaikan harga bahan baku dan operasional jajan bantal.
- b. Perubahan cuaca yang tidak stabil; perubahan cuaca yang sulit untuk diprediksi dan cepat berubah-ubah sehingga berpengaruh besar terhadap pemasaran agroindustri jajan bantal.
- c. Gaya hidup masyarakat yang sudah modern; mengikuti perkembangan zaman.
- d. Perusahaan pesaing; banyaknya industri yang sejenis akan terjadi persaingan dalam memperebutkan konsumen dan mendapatkan bahan baku. Besar kecilnya ancaman masuknya pendatang baru/pesaing ke dalam agroindustri jajan bantal tergantung pada rintangan masuk yang ada dan reaksi para pengusaha agroindustri.
- e. Banyaknya perusahaan ritel makanan modern; terdapat banyak sekali produsen makanan yang menjual produk makanan-makanan modern.

Strategi Pemasaran

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada pemasaran agroindustri jajan bantal Gapuk, dilakukan tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) dan Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).

Hasil identifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks EFAS untuk diberi skoring (rating x bobot) seperti tabel 1 berikut:

Tabel 1. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) Agroindustri Jajan Bantal Gapuk

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor (<i>rating x bobot</i>)
Peluang			
1. Perkembangan dunia internet	2	0,10	0,20
2. Ketersediaan bahan baku yang melimpah	3	0,13	0,39
3. Perkembangan industri wisata	4	0,10	0,40
4. Kebijakan pemerintah	3	0,10	0,30
5. Pangsa pasar	2	0,10	0,20

Ancaman			
1. Kenaikan harga bahan baku	1	0,13	0,13
2. Perubahan cuaca yang tidak stabil	2	0,10	0,20
3. Gaya hidup masyarakat yang sudah modern	3	0,07	0,21
4. Perusahaan pesaing	3	0,07	0,21
5. Banyaknya perusahaan ritel makanan modern	3	0,10	0,30
Jumlah		1,00	2,04

Sumber: Data Primer

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa, peluang terbesar agroindustri jajan bantal di Desa Gapuk adalah perkembangan industri wisata yaitu sebesar 0,40 sedangkan ancaman terbesar adalah perubahan cuaca yang tidak stabil yaitu sebesar 0,30.

Selanjutnya, hasil identifikasi faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan. Rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matrik IFAS untuk diberi skoring (rating x bobot) seperti tabel berikut:

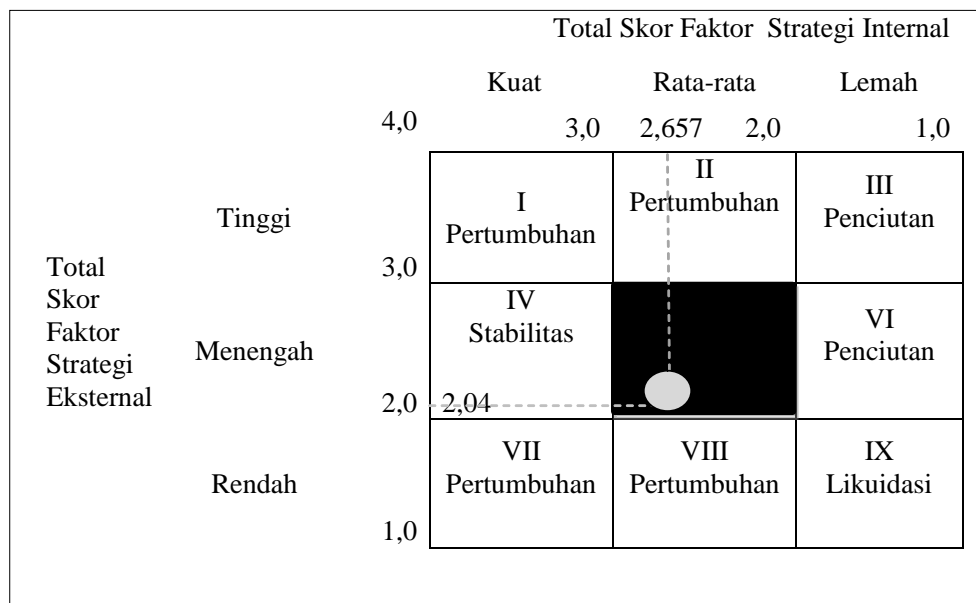
Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) Agroindustri Jajan Bantal Gapuk

Faktor-faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor (rating x bobot)
Kekuatan			
1. Lokasi cukup strategis	4	0,125	0,500
2. Penggunaan modal usaha	3	0,125	0,375
3. Produk tanpa bahan pengawet	4	0,094	0,376
4. Pelayanan terhadap konsumen	3	0,125	0,375
5. Harga jual produk	3	0,125	0,375
Kelemahan			
1. Sistem penjualan/promosi kurang	2	0,125	0,250
2. Variasi produk yang dihasilkan	1	0,062	0,062
3. Jumlah tenaga kerja profesional	2	0,125	0,250
4. Ketahanan Produk	1	0,094	0,094
Jumlah		1,00	2,657

Sumber: Data Primer

Berdasarkan matriks IFAS agroindustri jajan bantal di atas, dapat diketahui bahwa posisi internal agroindustri jajan bantal Gapuk ditunjukkan dengan nilai terbobot 2,657, nilai ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki agroindustri jajan bantal belum mampu mengatasi kelemahan sepenuhnya. Kekuatan yang mempunyai pengaruh besar terhadap pemasaran agroindustri jajan bantal adalah lokasi yang cukup strategis dengan nilai terbobotnya yaitu 0,500. Sedangkan kelemahan terbesar adalah sistem penjualan (promosi yang kurang) yaitu dan jumlah tenaga kerja profesional yaitu sebesar 0,250.

Berdasarkan nilai yang dibobotkan dalam IFAS sebesar 2,657 dan nilai yang dibobotkan dalam EFAS sebesar 2,04 dapat diketahui posisi Agroindustri Jajan Bantal Gapuk dalam matriks IE berikut ini:



Bagan 1. Matrik IE Agroindustri Jajan Bantal Gapuk

Matriks IE memperlihatkan posisi agroindustri jajan bantal Gapuk Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur berada pada sel V, yaitu pertahankan dan pelihara seperti terlihat pada tabel di atas. Berdasarkan posisi tersebut, pengusaha perlu memperluas jaringan pasar (*market acces*) dan mengembangkan produk baru. Strategi ini dapat diterapkan karena agroindustri jajan bantal dalam kompetisi masih rata-rata.

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam memasarkan agroindustri jajan bantal digunakan analisis Matriks SWOT. Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Tabel 3. Matriks SWOT Agroindustri Jajan Bantal Gapuk

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTHS (S) a. Lokasi cukup strategis. b. Penggunaan modal usaha. c. Produk tanpa bahan pengawet. d. Pelayanan terhadap konsumen e. Harga jual produk	WEAKNESSES (W) 1. Sistem penjualan atau promosi kurang. 2. Variasi/diversifikasi produk yang dihasilkan. 3. Jumlah tenaga kerja profesional. 4. Tingkat ketahanan produk
	OPPORTUNITIES (O) a. Perkembangan teknologi (<i>internet</i>). b. Ketersediaan bahan baku yang melimpah. c. Perkembangan industri wisata. d. Kebijakan pemerintah. e. Pangsa pasar.	STRATEGI-SO <ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan modal usaha dengan ketersediaan bahan baku. Menambah jumlah produksi dengan memanfaatkan lokasi yang strategis pada saat musim liburan. Menjaga keunggulan dan kualitas produk seperti tanpa bahan pengawet dengan memanfaatkan dukungan

	pemerintah.	
<p><i>THREATS</i> (T)</p> <p>a. Kenaikan harga bahan baku. b. Perubahan cuaca yang tidak stabil. c. Gaya hidup masyarakat yang sudah modern. d. Perusahaan pesaing. e. Banyaknya perusahaan ritel makanan modern.</p>	<p>STRATEGI-ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi biaya produksi • Merger dengan usaha yang sejenis. 	<p>STRATEGI-WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperluas jaringan pasar. • Meningkatkan produksi dengan menambah kemampuan dan keterampilan.

Sumber: Data Primer

Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*), dan strategi WT (*Weakness-Threats*). Keempat kemungkinan strategi di atas tidak digunakan seluruhnya dalam pemasaran agroindustri jajan bantal Gapuk, melainkan disesuaikan dengan posisi yang telah diketahui dalam posisi Matriks IE. Posisi perusahaan agroindustri dalam pemasaran jajan bantal Gapuk berada di sel V, sehingga strategi yang tepat digunakan dalam posisi tersebut adalah strategi pertumbuhan melalui konsentrasi dan diversifikasi produk. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan konsentrasi, sedangkan perusahaan yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan diversifikasi agar dapat meningkatkan kinerjanya. Sehingga strategi yang tepat digunakan perusahaan agroindustri dalam pemasaran dan pengembangan Jajan Bantal Gapuk adalah:

- Meningkatkan modal usaha dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah
 Modal merupakan hal yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha. Modal usaha yang digunakan pengusaha agroindustri jajan bantal ialah modal pribadi, maka pengusaha agroindustri jajan bantal dapat menambah modal usaha dengan memanfaatkan kredit usaha pada pihak pemerintah atau swasta untuk membeli alat atau sarana produksi untuk mengembangkan produk serta menambah tenaga kerja yang terampil untuk memproduksi jajan bantal dalam jumlah besar.
- Menambah jumlah produksi dengan memanfaatkan lokasi yang strategis pada saat musim liburan

Pesatnya perkembangan industri wisata khususnya di Pulau Lombok serta lokasi yang strategis menjadi peluang yang sangat besar bagi agroindustri jajan bantal untuk meningkatkan jumlah produksinya pada saat hari libur dan pada musim liburan. Pada hari-hari libur pengusaha agroindustri jajan bantal dapat menambah jumlah produksinya dari hari-hari biasa.

- Menciptakan variasi baru produk (inovasi dan diversifikasi)
 Dengan inovasi dan penganekaragaman produk (bentuk, rasa, ukuran dan harga yang berbeda) memberi pilihan yang berbeda bagi konsumen, dapat menentukan segmen pasar yang merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang nantinya berhubungan dengan profit.
- Melakukan promosi dengan memanfaatkan perkembangan dunia internet
 Saat ini perkembangan teknologi memiliki peran yang penting dan tidak dapat dipisahkan dari bisnis perusahaan. perkembangan teknologi informasi dapat memberikan kemudahan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dengan perkembangan dunia internet yang begitu pesat pengusaha agroindustri jajan bantal dapat melakukan promosi melalui media sosial atau website agar jajan bantal lebih dikenal di luar daerah, tidak hanya daerah sekitar saja.
- Memperluas jaringan pasar
 Memiliki jaringan bisnis yang cukup luas tentunya akan memudahkan dalam menjalankan suatu usaha. Banyak manfaat yang didapatkan dari jaringan bisnis yang dimiliki, mulai dari peluang kerjasama dibidang permodalan, memudahkan dalam pemasaran produk, serta tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa kendala yang

dihadapi dalam menjalankan usaha dapat terselesaikan dengan bantuan jaringan bisnis yang telah dibangun dengan baik.

f. Merger dengan usaha yang sejenis

Merger adalah bergabungnya perusahaan dengan perusahaan lain, dimana dengan menggabungkan usaha yang sejenis baik dalam bentuk kerjasama jalur pemasarannya maupun dalam bentuk penggabungan modal.

g. Efisiensi biaya

Dengan naiknya harga bahan baku, semua kebutuhan pengusaha terutama bahan baku pembuatan jajan bantal semakin mahal. Penetapan biaya produksi yang efisien diartikan sebagai biaya produksi dengan kualitas yang unggul dengan mengurangi biaya yang banyak mengurangi anggaran dalam perusahaan. beberapa yang biasanya dikurangi untuk efisiensi biaya produksi ini seperti anggaran pegawai, biaya listrik, biaya air, serta biaya peralatan dalam produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari analisis faktor internal yang mempengaruhi pemasaran agroindustri Jajan Bantal Gapuk Kabupaten Lombok Timur berdasarkan matriks IFAS adalah lokasi usaha yang cukup strategis, peningkatan modal usaha, produk tanpa bahan pengawet, pelayanan terhadap konsumen, dan harga jual produk sebagai kekuatan agroindustri Jajan Bantal Gapuk. Kelemahannya adalah sistem penjualan/promosi yang masih kurang, variasi produk yang dihasilkan masih terbatas, minimnya jumlah tenaga kerja profesional, dan tidak adanya riset pengembangan produk sehingga inovasi produk tidak ada.

Sedangkan analisis faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran agroindustri Jajan Bantal Gapuk berdasarkan matriks EFAS adalah perkembangan dunia internet, ketersediaan bahan baku yang melimpah, perkembangan industri wisata, kebijakan pemerintah dan pangsa pasar sebagai peluang yang ada. Serta kenaikan harga bahan baku, perubahan cuaca yang tidak stabil, gaya hidup masyarakat yang sudah modern, perusahaan pesaing dan banyaknya perusahaan ritel makanan modern sebagai ancaman.

Posisi agroindustri jajan bantal di Desa Gapuk berdasarkan matriks IE berada pada sel V

pertumbuhan dan stabilitas yang berarti posisi agroindustri jajan bantal berada pada posisi seimbang. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan agroindustri jajan bantal di desa gapuk adalah menciptakan variasi baru produk, melakukan promosi dengan memanfaatkan perkembangan dunia internet, memperluas jaringan pasar, merger dengan usaha yang sejenis, efisiensi biaya, meningkatkan modal usaha dengan ketersediaan bahan baku, menambah jumlah produksi dengan memanfaatkan lokasi yang strategis pada saat musim liburan.

Saran

- a. Kepada pengusaha agroindustri jajan bantal
 - Pengusaha agroindustri jajan bantal dapat memberikan variasi bentuk, rasa, ukuran, dan harga dalam kemasan yang menarik konsumen.
 - Perusahaan agroindustri jajan bantal dapat memperluas jaringan promosi distribusi produk seperti bekerjasama dengan rumah makan/restoran, outlet khusus/tradisional dan sebagainya
 - Bekerjasama dengan pengelola tempat-tempat wisata agar memperoleh tempat atau membuka outlet khusus makanan tradisional
- b. Kepada pemerintah agar lebih memperhatikan dan melakukan pembinaan pada industri skala kecil- rumah tangga (UMKM).

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2015. Bantal Gapuk Kuliner Tradisional Lombok. <http://kuliner-tradisional.kampung-media.com/2015/09/26/bantal-gapuk-kuliner-jalan-12603>. diakses: September 2018.
- Dasilva, Roberta, 2008. Analisis Kelayakan Usaha Jajan Bantal Di Desa Anjani Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Selong. Fakultas Pertanian Universitas Gunung Rinjani.
- Hitt, Michael A, R. Duane Ireland, and Robert E.Hoskisson, Alih Bahasa. 2005. Manajemen Strategis Daya saing &

- Globalisasi. Buku Satu. Penerbit Salemba. Jakarta.
- Priansa, D.J. dan Angger Tresna Kurniani, 2017. Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran (STUDI KASUS PADA PRODUK INDIHOME PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA WITEL SOLO) *E-Proceeding Of Applied Science*: Vol.3, No.2 Agustus 2017
- Rangkuti, Freddy. 2004. *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, 2010. *Metode dan Teknik Penyusunan Tesis*. Alfabeta. Bandung.
- Soekartawi, 1991. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Raja Grafindo. Jakarta.
- _____, 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono, 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F dan Chandra, G, 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2. Mengupas Pemasaran Strategik branding Strategy, Costumer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing*. CV Andi. Yogyakarta.
- _____, 2008. *Pemasaran Strategik*. CV. ANDI OFFSET. Yogyakarta.