

STRATEGI PEMASARAN UBI KAYU DI DESA PEGAJAHAN(STUDI KASUS DI DESA PEGAJAHAN KECAMATAN PEGAJAHAN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI)

Julkipli Napitupulu^{1*}, Sri Wahyuni²

Agribisnis Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah¹
Agribisnis Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah²

julkiflinapitupulu@umnaw.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran ubi kayu (*Manihot esculenta*), menganalisis strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) dan rumusan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan metode survey. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 22 orang. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada faktor internal yaitu kekuatan memiliki skor dengan nilai 1,77 dan kelemahan memiliki skor dengan nilai 1,57, sehingga jika dikurangkan maka hasilnya akan 0,20. Sedangkan pada faktor eksternal yaitu peluang memiliki skor dengan nilai 1,71 dan ancaman memiliki skor dengan nilai 1,56, jika skor yang diperoleh dari peluang dan ancaman dikurangkan maka hasilnya akan 0,15. Hasil dari diagram analisis SWOT menunjukkan titik koordinat (0,20 : 0,15) hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai berada pada kuadran I yang merupakan suatu situasi yang nilai rata-ratanya menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada.

Kata kunci: Analisa SWOT, Marketing Mix, Strategi Pemasaran.

Abstract

*This research aims to identify internal and external factors that influence the marketing strategy of cassava (*Manihot esculenta*), analyze the marketing strategy that has been carried out by cassava farmers (*Manihot esculenta*) and formulate a marketing strategy to increase sales and expand the market share of cassava (*Manihot esculenta*) in Pegajahan Village, Pegajahan District, Serdang Bedagai Regency. This research uses a survey method. Sampling was carried out by purposive sampling with a total sample of 22 people. This research uses SWOT analysis. The results of this research show that internal factors, namely strengths, have a score of 1.77 and weaknesses have a score of 1.57, so that if subtracted the result will be 0.20. Meanwhile, for external factors, namely opportunities have a score of 1.71 and threats have a score of 1.56, if the score obtained from opportunities and threats is subtracted the result will be 0.15. The results of the SWOT analysis diagram show the coordinate points (0.20 : 0.15), this shows that the marketing strategy of cassava farmers (*Manihot esculenta*) in Pegajahan Village, Pegajahan District, Serdang Bedagai Regency is in quadrant I, which is a situation whose average value is In general, it is profitable because it has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities.*

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Mix, Marketing Strategy.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian di Indonesia masih memiliki banyak peluang dan mempunyai prospek yang cerah serta belum digali. Meskipun pada saat ini sektor industri lebih diutamakan, akan tetapi perkembangan sektor pertanian tidak lepas sebagai pendukung yang kokoh, oleh karena itu harus ada kerja sama antar bidang – bidang yang berkaitan. Salah satu sektor industri yang banyak dikembangkan adalah industri pengolahan pangan atau saat ini dikenal dengan istilah agroindustri, menurut Soekartawi (2000).

Ubi kayu merupakan salah satu komoditas pertanian jenis umbi-umbian yang cukup penting di Indonesia baik sebagai sumber pangan maupun sumber pakan. Hal ini disebabkan karena tanaman ubi kayu mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya, diantaranya yaitu dapat tumbuh di lahan kering dan kurang subur, daya tahan terhadap penyakit relatif tinggi, masa panennya yang tidak diburu waktu sehingga dapat dijadikan lumbung hidup. Disamping itu daun dan umbi ubi kayu dapat diolah menjadi aneka makanan, baik makanan utama maupun makanan selingan. Pada umumnya, ubi kayu segar merupakan komoditi pertanian dengan nilai ekonomis yang rendah.

Tabel 2. Produksi Tanaman Ubi Kayu menurut Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Utara Tahun 2019– 2023 (Ton)

Kabupaten/ Kota	2019	2020	2021	2022	2023
Toba	41.505	28.600	10.845,93	13.800,28	20.688,8
Simalungun	296.477	283.664	137.910,70	213.319,32	155.456,3
DeliSerdang	153.399	143.815	84.211,19	81.026,81	92.333,0
NiasSelatan	15.435	13.078	15.118,84	22.943,34	27.817,8
Serdang	545.881	364.512	461.499,45	802.208,40	638.876,9
Bedagai					
Sumatera Utara	1.228.138	980.879	848.965,88	1.279.373,88	1.086.392,4

Sumber: *Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2019-2023*

Kelurahan Kecamatan Pegajahan dapat diketahui bahwa jumlah perusahaan

industri mikro dan kecil menurut Desa/ Kelurahan di Kecamatan Pegajahan 2023 yang tertinggi yaitu Desa/ Kelurahan Pegajahan dengan jumlah industri mikro dan kecil sebanyak 97 dengan rata-rata industri mie ubi iris/ rajang. Sementara untuk industri opak mentega, rengginang dan mie yeye terdapat di desa Sukasari dengan jumlah industri mikro dan kecil di desa sukasari sebanyak 60. Sedangkan jumlah perusahaan industri mikro dan kecil menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Pegajahan 2023 yang terendah yaitu Desa/ Kelurahan Lestari Dadi dengan jumlah industri mikro dan kecil sebanyak 1. Oleh karena itu Desa Sukasari dijadikan sebagai lokasi penelitian karena Desa Sukasari merupakan Desa di Kecamatan Pegajahan yang memproduksi olahan ubi katu menjadi opak mentega, rengginang, dan mie yeye.

Pemasaran merupakan hal yang penting dalam menjalankan usaha pertanian karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan petani. produksi yang banyak akan sia-sia karena harga pasar yang rendah. karena itu tingginya produksi tidak mutlak memberikan hasil atau keuntungan tinggi tanpa disertai pemasaran yang baik dan efisien (Kotler, 1992).

Lembaga pemasaran yaitu termasuk produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, importir, eksportir maupun sebagainya itu akan sangat diperlukan. Jika proses pemasaran tersebut berjalan dengan sempurna, maka segala pihak yang terkait dapat diuntungkan (Soekartawi, 2003).

Adapun permasalahan yang terjadi di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan terkait tentang pemasaran yaitu terbatasnya petani dan pedagang dalam memasarkan ubi kayu disebabkan terbatasnya industri ubi kayu dalam pembelian ubi kayu sehingga harga ubi kayu menjadi turun dan tidak stabil sedangkan untuk pengembangan usaha dari ubi kayu tersebut petani dan pedagang

hanya menjual ubi kayu masih dalam bentuk ubi kayu utuh, tujuan dalam penelitian ini diantaranya :

Karakteristik Petani dan Pedagang Ubi Kayu di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan

Saluran dan Lembaga Pemasaran, Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Farmer Share, dan Efisiensi Pemasaran Usaha Tani Ubi Kayu di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai.

Strategi Pengembangan Usaha Tani Ubi Kayu di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan.

Dari latar belakang tersebut, maka perlu dikaji lebih jauh mengenai penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Ubi Kayu di Desa Pegajahan(studi kasus desa Pegajahan kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai)”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Alasan memilih lokasi ini adalah karena menurut BPS Kecamatan Pegajahan 2023 Desa Pegajahan merupakan salah satu sentra produksi ubi kayu (*Manihot esculenta*) paling dominan di Kecamatan Pegajahan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2024 sampai dengan Agustus 2024 di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2018: 117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai yang bermata pencaharian sebagai petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) sebanyak 22 petani.

Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Alasan penelitian ini menggunakan purposive sampling karena peneliti memfokuskan pada usaha tani ubi kayu (*Manihot esculenta*) yang berada di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai. Yaitu petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) sebanyak 22 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha tani ubi kayu di ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai, adalah usaha tani yang memanfaatkan kawasan pemukiman untuk budidaya tanaman ubi kayu (*Manihot esculenta*) yang dapat diproduksi untuk bahan olah makanan baik industri kecil maupun besar. Pada awalnya, tanaman ubi kayu hanya ditanam untuk dijual dipasar saja yang berada di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. Semakin berkembangnya sentar usaha produksi ubi kayu semakin meningkat sehingga para petani terus berusaha membudidayakan tanaman ubi kayu sebagai bahan baku yang cukup banyak permintaan pasar. Seiring berjalannya waktu, kawasan Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai mulai berkembang pada tahun 2000-an. Meningkatnya jumlah industri makanan

menjadi penanda hal ini. Jumlah produsen mulai meningkat secara signifikan, dan mereka mulai membuat produk-produknya sendiri di toko atau outlet mereka sendiri. Produsen mulai menjual produknya langsung di tempat produksinya, sehingga konsumen dapat melihat langsung proses produksinya. Selain itu, produk yang dihasilkan mulai bermacam-macam. Fasilitas produksi yang memadai memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,41 dan skor 0,35. Lahan budidaya yang strategis memiliki bobot 0,11 dengan rating 3,68 dan skor 0,41. Harga produk yang terjangkau memiliki bobot 0,11 dengan rating 3,64 dan skor 0,40. Inovasi produk yang bervariasi memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,27 dan skor 0,32. Pengalaman tenaga kerja dalam budidaya ubi kayu memiliki 0,09 dengan rating 3,09 dan skor 0,29. Sehingga didapati total penjumlahan bobot untuk kekuatan yang di analisis dari faktor internal yaitu sebesar 0,52 dengan jumlah skor sebesar 1,77.

Selanjutnya, dapat dilihat bahwa kelemahan dari faktor internal yaitu keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha memiliki bobot 0,09 dengan rating 3,14 dan skor 0,30. Keterbatasan jumlah tenaga kerja memiliki bobot 0,09 dengan rating 2,95 dan skor 0,26. Promosi produk ubi kayu yang masih terbatas memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,45 dan skor 0,36. Belum ada manajemen yang baik memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,45 dan skor 0,36. Keterbatasan dalam cara menyimpan produk memiliki 0,09 dengan rating 3,09 dan skor 0,29. Sehingga didapati total penjumlahan bobot untuk kelemahan yang di analisis dari faktor internal yaitu sebesar 0,48 dengan jumlah skor sebesar 1,57. Diperoleh total dari penjumlahan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan memiliki bobot sebesar 1,00 dan skor sebesar 3,33. Pangsa pasar usaha tani ubi kayu yang terus berkembang memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,23 dan skor 0,32. Berkembangnya

teknologi informasi yang membantu memiliki bobot 0,12 dengan rating 3,82 dan skor 0,45. Peningkatan penjualan potensial pada hari-hari besar memiliki bobot 0,11 dengan rating 3,50 dan skor 0,38. Kemungkinan menjual produk ubi kayu keluar daerah (ekspansi pasar) memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,14 dan skor 0,30. Banyak pelanggan baru memiliki 0,09 dengan rating 2,91 dan skor 0,26. Sehingga didapati total penjumlahan bobot untuk peluang yang di analisis dari faktor eksternal yaitu sebesar 0,51 dengan jumlah skor sebesar 1,71.

Selanjutnya, dapat dilihat bahwa ancaman dari faktor eksternal yaitu Ketergantungan pasokan bahan baku memiliki bobot 0,10 dengan rating 3,09 dan skor 0,29. Penurunan profitabilitas akibat sepi konsumen memiliki bobot 0,11 dengan rating 3,55 dan skor 0,39. Perubahan dalam selera konsumen memiliki bobot 0,09 dengan rating 2,82 dan skor 0,25. Terjadinya fluktuasi harga bahan baku (ubi kayu) memiliki bobot 0,11 dengan rating 3,41 dan skor 0,36. Terjadi fluktuasi permintaan pasar memiliki 0,09 dengan rating 2,95 dan skor 0,27. Sehingga didapati total penjumlahan bobot untuk ancaman yang di analisis dari faktor eksternal yaitu sebesar 0,49 dengan jumlah skor sebesar 1,56. Diperoleh total dari penjumlahan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman memiliki bobot sebesar 1,00 dan skor sebesar 3,27.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di usaha tani ubi kayu (*Manihot esculenta*) yang berada di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai, dapat disimpulkan bahwa, 1) dari hasil identifikasi faktor internal, terdapat kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi strategi pemasaran ubi kayu di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. Dari hasil

identifikasi kekuatan yang memiliki skor paling tinggi yaitu lokasi usaha yang strategis sedangkan kelemahan yaitu promosi produk ubi kayu (*Manihot esculenta*) yang masih terbatas dan belum ada manajemen yang baik. Dari hasil identifikasi faktor eksternal, terdapat peluang dan ancaman. Peluang yang memiliki skor paling tinggi yaitu berkembangnya teknologi informasi yang membantu dalam pemasaran sedangkan ancamannya yaitu penurunan profitabilitas akibat sepi konsumen. 2) strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha tani ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai masih menggunakan pendekatan secara langsung atau offline yaitu dengan cara memperkenalkan produk langsung di outlet atau kedai pemilik tersebut. 3) strategi pemasaran usaha tani ubi kayu (*Manihot esculenta*) di di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai berada pada kuadran I artinya (SO) merupakan situasi yang menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Dalam situasi ini strategi (SO) yang harus diterapkan yaitu sebagai berikut: a) meningkatkan kapasitas produksi, b) ekspansi pasar online, c) melakukan penawaran diskon khusus, d) diversifikasi produk olahan, dan e) meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT serta shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, berkat limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan pertanian ini. Penyelesaian penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada bagian ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada.

1. Bapak Dr. H. Firmansyah, MSi selaku Rektor Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Muslim Nusantara AL Washliyah Medan.
2. Ibu Dr. Leni Handayani SP, MSi selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara AL Washliyah Medan.
3. Ibu Sri Wahyuni, S, Si, MSi selaku Wakil Dekan dan selaku komisi pembimbing yang telah memberikan dorongan, bimbingan, dan nasehat yang berharga bagi penulis.
4. Bapak Dian Habibie, SP., MP selaku Ketua Prodi Agribisnis sekaligus penguji I penulis, yang telah memberikan dorongan, bimbingan, serta nasehat yang berharga bagi penulis.
5. Bapak Sugiari, S.P., M.P selaku Penguji II Penulis yang telah memberikan dorongan, bimbingan, serta nasehat yang berharga bagi penulis.
6. Teristimewa Kepada kedua orang tua yang memberikan semangat untuk penulis dan atas segala doa dan pengorbanannya selama masa pendidikan baik moral dan materi dan senantiasa memberi semangat untuk menyelesaikan studi sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan studinya.
7. Kepada teman-teman seperjuangan saya yang telah senantiasa menemani dalam suka duka perkuliahan dan berjuang untuk menuntut ilmu serta menjadi tempat curhat saya dikala sedih.
8. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diperlukan demi kesempurnaan Skripsi ini, dengan harapan semoga Skripsi ini berguna bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Februari 2024
Penulis,

Julkifli Napitupulu
NPM. 204114022

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I.S., Dini Rochdiani, dan Budi Setia, 2020. Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Lepit Di Desa Darmacaang Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), pp.809–828..
- Amir, M. Taufiq, 2005, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2020. *Produksi Ubi Kayu Di Sumatera Utara Tahun 2020*. Sumatera Utara : Badan Pusat Statistik
- Beierlein, J.G., dan M.W. Woolverton, 1991, *Agribusiness Marketing (The Management Perspective)*, Prentice Hall , Englewood Cliffs, New Jersey.
- Dewi, I.N. and Hapsari, E., 2019. Manfaat Ubi Kayu Dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Petani Hkm Wana Lestari I, Kecamatan Playen, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, 3(2), pp.136–147.
- Dinas Pertanian dan Perkebunan Aceh, 2020. *Luas Areal Lahan Pertanian Kabupaten/Kota Provinsi Aceh Tahun 2010-2020*.
- Hindarti, S. and L.R.M., 2020. *Agribisnis Bawang Merah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hodijah, S., I.K.S., and Dukat, D., 2018. Strategi Pemasaran Tahu Lamping 'Cahaya Rasa' (Kasus di Home Industri 'Cahaya Rasa' Desa Manislor, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan). *Jurnal Agrijati*, [online] 32(1), pp.22–35.
- Ihsan, dkk, 2014. *Karakterisasi Ubi Kayu Lokal (Manihot Utilissima L.) Gunung Kidul*.
- Kohls, R.L dan J.N Uhl. 1985. *Marketing of Agricultural Products*. New York: The Macmillan Company.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- Melani. 2017. *Efisiensi Pemasaran Kentang di Desa Cikandang Kecamatan Cikajang Kabupaten Garut*. Departemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mubyarto. 1989, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta
- Mustafa, Amirul, Liosten R.R.U.T, Widyawati, and Eny H., 2022. Strategi Pengembangan Wisata Air D'ganjaran Desa Sambi Bulu

Kabupaten Sidoarjo. Jawa Tengah:
Penerbit Lakeisha.

Novita, dkk, 2015. *Analisis Pendapatan Pengerajin Olahan Ubi Kayu Di Kecamatan Pegajahan.*

Setyorini, H., Masud, E., and Imam, S., 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), pp.46–53.

Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 151 hal.

Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Muhammadiyah University Press. Malang.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

Susilawati, dkk. 2008. *Karakteristik Sifat Fisik dan Kimia Ubi Kayu (Manihot esculenta) Berdasarkan Lokasi Penanaman dan Umur Panen Berbeda*. *Jurnal Teknologi Industri dan Hasil Pertanian* Volume 13, No. 2, September 2008.

Wardhana, M. Y. (2021). *Palm sugar production from Palm tree in Gerkez/.cxpxzcenggam village environment, Aceh. IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci, 644(012018), 1755-1315.*