

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
MANISAN CARICA CV YUASAFOOD
KABUPATEN WONOSOBO**

Witono, Dyah Panuntun Utami, Uswatun Hasanah
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo, 2) mengetahui matriks IFAS dan EFAS pengembangan pasar manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo, 3) Mengetahui alternatif strategi pengembangan pada pemasaran manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengambilan sampel lokasi penelitian dan sampel informan dilakukan secara *purposive sampling*. Sampel informan kunci sebanyak 3 orang dari CV Yuasafood dan informan biasa sebanyak 3 orang yang menjual produk manisan CV Yuasafood. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor internal dan eksternal, matriks IFAS dan EFAS, dan analisis matriks SWOT.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa prospek pengembangan pasar manisan carica CV Yuasafood secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir analisis matriks IFAS total skor sebesar 2,61. Terdiri dari nilai total skor kekuatan sebesar 1,71 dan kelemahan sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan posisi internal industri manisan carica berada di atas rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Adapun total skor rata-rata tertimbang dari matriks EFAS sebesar 2,86 yang terdiri dari nilai total skor peluang sebesar 1,89 dan ancaman sebesar 0,97. Hal ini menunjukkan posisi eksternal industri manisan carica di Kabupaten Wonosobo berada di atas rata-rata dalam kekuatan eksternal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Hasil analisis SWOT adalah untuk: Strategi S-O: Pemanfaatan SDA yang ada, Pengembangan pasar, Dukungan pemerintah daerah, Strategi W-O: Memanfaatkan teknologi informasi, Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan SDM dalam mengoptimalkan promosi, Strategi S-T: Menjaga kualitas produk, Membangun kejasama dengan pemasok bahan baku, Inovasi produk, Strategi W-T: Melakukan perbaikan dalam kelompok organisasi, Perbaikan sistem promosi pasar.

Kata Kunci: Carica, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Buah carica merupakan salah satu komoditas buah-buahan yang tidak mudah ditemukan di Indonesia, namun tumbuh subur di dataran tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo. Tidak seperti buah-buahan lain yang banyak diolah di berbagai daerah, manisan carica hanya diolah di Kabupaten Wonosobo. Sebagai buah yang unik Kabupaten Wonosobo merupakan sentra pengolahan manisan Carica dan menjadi makanan khas Kabupaten Wonosobo.

Tabel 1
Data Industri Pengolah Manisan Carica Anggota Asosiasi Pengrajin Carica di Kabupaten Wonosobo

No	Nama Industri	Bahan Baku (ton)	Jumlah Produksi (botol)
1	Yuasafood	12,6	385.600
2	Podang Mas	8,7	250.000
3	Cendawan Mas	7,0	190.992
4	Selera Jaya	4,0	110.424
5	Telaga mas	1,0	20.856
6	Agripina	6,0	170.136
7	Candi Dieng	5,0	140.280
8	Sukses	5,0	140.280
9	Ciptarasa Mandiri	1,0	20.856
10	Candi Indah	2,0	50.712
11	Cendana	1,0	20.856
12	Cresya	3,0	80.568
13	Dian Jaya	1,0	20.856
14	Marina	0,7	20.000
15	Tiara Mas	1,5	40.320
16	Patara	1,5	40.320
17	Dieng Jaya	2,3	60.600
18	Maju Makmur	1,0	20.856
19	Nirmala Boga	0,7	20.000
20	Panorama	4,0	110.424
Jumlah		69,0	1,914.936

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Wonosobo, 2014

Berdasarkan data pada Tabel 1 jumlah industri pengolah manisan carica Asosiasi Pengrajin Carica (APC) sebanyak 20 industri, menunjukkan bahwa CV Yuasafood merupakan industri yang paling banyak memproduksi manisan carica volume penjualan manisan carica CV Yuasafood setiap tahun mengalami peningkatan.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengambilan sampel lokasi penelitian dan sampel informan dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Dengan pertimbangan CV Yuasafood yang paling banyak memproduksi manisan carica. Penentuan informan kunci dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) sebanyak 3 orang dari CV Yuasafood yaitu Direktur, Manajer Produksi, dan Manajer Pemasaran. Informan biasa sebanyak 3 orang yang menjual produk manisan CV Yuasafood yaitu Toko Varia, Sumber Rejeki, dan Sinar Mulia. Teknik Pengumpulan data yaitu observasi langsung, wawancara, pencatatan dan dokumentasi.

B. Metode Analisis Data

1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

a. Teknik Pembobotan

Teknik pembobotan menggunakan metode “*paired comparison*” yang ditentukan oleh faktor internal dan eksternal. Skala yang digunakan adalah 1,2 dan 3 menunjukkan bahwa :

1 = jika faktor strategis internal atau eksternal pada baris / horizontal kurang penting daripada faktor strategis internal dan eksternal pada kolom/vertikal.

2 = jika faktor strategis internal atau eksternal pada baris / horizontal sama penting daripada faktor strategis internal dan eksternal pada kolom/vertikal.

3 = jika faktor strategis internal atau eksternal pada baris / horizontal lebih penting daripada faktor strategis internal dan eksternal pada kolom/vertikal.

b. Teknik Peratingan

Pemberian nilai peringkat atau peratingan dalam matrik IFE pada penelitian ini, menunjukkan kondisi dari masing-masing tingkat faktor strategis kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh terhadap pengembangan manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo. Penentuan nilai peringkat atau rating berdasarkan atas keterangan berikut ini:

- 1) Nilai 4, jika faktor kekuatan dinilai mempunyai pengaruh besar dan jika kelemahan tersebut merupakan kelemahan kecil serta dinilai memiliki pengaruh kecil.
- 2) Nilai 3, jika faktor kekuatan dinilai mempunyai pengaruh kecil dan jika kelemahan tersebut merupakan kelemahan kecil serta dinilai memiliki pengaruh besar.
- 3) Nilai 2, jika faktor kekuatan dinilai mempunyai pengaruh besar dan jika kelemahan tersebut merupakan kelemahan utama serta dinilai memiliki pengaruh kecil.
- 4) Nilai 1, jika faktor kekuatan dinilai mempunyai pengaruh kecil dan jika kelemahan tersebut merupakan kelemahan utama serta dinilai memiliki pengaruh besar

Pemberian nilai peringkat atau peratingan pada matriks EFE, berdasarkan atas kemampuan manisan carica CV Yuasafood dalam meraih peluang yang ada dan besarnya ancaman yang dapat mempengaruhi keberadaan manisan carica CV Yuasafood. Penentuan nilai peringkat atau rating berdasarkan atas keterangan berikut ini:

- 1) Nilai 4, jika manisan carica CV Yuasafood memiliki kemampuan sangat baik untuk meraih peluang dan faktor ancaman tersebut memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap manisan carica CV Yuasafood.
- 2) Nilai 3, jika manisan carica CV Yuasafood memiliki kemampuan baik untuk meraih peluang dan faktor ancaman tersebut memiliki pengaruh yang lemah terhadap manisan carica CV Yuasafood.
- 3) Nilai 2, jika manisan carica CV Yuasafood memiliki kemampuan cukup baik untuk meraih peluang dan faktor ancaman tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap manisan carica CV Yuasafood.
- 4) Nilai 1, jika manisan carica CV Yuasafood memiliki kemampuan tidak baik untuk meraih peluang dan faktor ancaman tersebut memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap manisan carica CV Yuasafood.

2. Analisis SWOT

Tabel 2
Matriks SWOT

	<i>Strength (S)</i> Menentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	<i>Weakness (W)</i> Menentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
<i>Opportunities (O)</i> Menentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	<i>Strategi S-O</i> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<i>Strategi W-O</i> menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>Threats (T)</i> Menentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<i>Strategi S-T</i> Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<i>Strategi W-T</i> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal

a. Analisis Matriks IFAS

Berikut ini adalah hasil analisis perhitungan faktor-faktor internal strategi pengembangan pemasaran manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Analisis Matriks IFAS Industri Manisan Carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
1. Carica merupakan produk khas Wonosobo	0,085	4	0,340
2. Kemampuan menghasilkan profatibilitas usaha	0,100	3	0,300
3. Mampu bersaing dengan produk local penjualan manisan carica	0,093	4	0,372
4. Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0,087	4	0,348
5. Kemampuan meraih pangsa pasar produk manisan carica	0,087	4	0,348
Kelemahan :			
1. Produk masih kurang dikenal di daerah luar jawa	0,096	1	0,096
2. Informal pengalaman kuarang untuk mempromosikan ke toko-toko	0,093	2	0,186
3. Kenaikan harga barang pembantuseperti gularafinasi, kemasan, pelabelan	0,129	2	0,258
4. Kurangnya media promosi	0,100	1	0,100
5. Kontiunitas penjualan belum maksimal	0,130	2	0,260
Total	1,00		2,608

Sumber : Analisis Data Primer, 2015

Faktor yang menjadi kekuatan utama bagi manisan carica CV Yuasafood adalah Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen dan Kemampuan meraih pangsa pasar dengan skor 0,35. Kelemahan utama bagi manisan carica CV Yuasafood adalah produk masih kurang dikenal dengan skor sebesar 0,10, dimana skor tersebut tertinggi untuk variabel kelemahan. Akan tetapi, secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir analisis matriks IFAS, total skor tertimbang dari matriks IFAS sebesar 2,61. Yang terdiri dari nilai total skor kekuatan sebesar 1,71 dan kelemahan sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan posisi internal industri manisan carica berada di atas rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha pada manisan carica CV Yuasafood mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

b. Analisis Matriks EFAS

Berikut ini adalah hasil analisis perhitungan faktor-faktor eksternal strategi pengembangan pemasaran manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Analisis Matriks EFAS Manisan Carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
1. Pangsa pasar luas untuk penjualan manisan carica	0,008	4	0,320
2. Produk manisan carica hanya ada di Wonosobo	0,099	4	0,396
3. Terbentuknya APC (asosiasi pengrajin carica)	0,125	3	0,375
4. Dukungan pemerintah daerah dengan pariwisata dapat menambah jumlah pelanggan produk manisan carica	0,118	4	0,472
5. Perkembangan teknologi dapat meraih informasi di pasaran	0,109	3	0,327
Ancaman :			
1. Tidak ada pembinaan dari pemerintah daerah atau instansi terkait	0,094	3	0,282
2. Stok produk terbatas, bahan utama tidak dapat ditemukan didaerah lain	0,088	1	0,088
3. Berubahnya selera konsumen dengan adanya carica hanya di buat manisan saja	0,092	2	0,184
4. Tidak semua pelaku wirausaha olahan carica aktif dalam asosiasi	0,111	3	0,333
5. Munculnya pihak pesaing	0,084	1	0,084
Total	1,00		2,861

Sumber : Analisis Data Primer, 2015

. Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap faktor strategis eksternal, maka peluang utama bagi manisan carica CV Yuasafood di Kabupaten Wonosobo adalah adanya Dukungan pemerintah dengan pariwisata sekor sebesar 0,47, dimana skor tersebut tertinggi untuk variabel peluang. Pada

faktor strategi eksternal tersebut memiliki skor tertinggi yang artinya bahwa responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan faktor strategi eksternal yang paling penting dibandingkan faktor yang lain. Sedangkan ancaman utama yang dihadapi manisan carica CV Yuasafood di Kabupaten Wonosobo adalah tidak semua pelaku wirausaha olahan carica aktif dalam asosiasi dengan skor 0,33, dimana skor tersebut tertinggi untuk variabel ancaman. Adapun total skor rata-rata tertimbang dari matriks EFAS sebesar 2,86 yang terdiri dari nilai total skor peluang sebesar 1,89 dan ancaman sebesar 0,97. Hal ini menunjukkan posisi eksternal industri manisan carica di Kabupaten Wonosobo berada di atas rata-rata dalam kekuatan eksternal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha pada industri manisan carica mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada.

3. Matriks SWOT

. Beberapa alternatif strategi yang dirumuskan untuk pengembangan pemasaran manisan carica CV Yuasafood di Kabupaten wonosobo berdasarkan analisis matriks SWOT adalah:

Tabel 5
Matriks SWOT Manisan Carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carica merupakan produk khas Wonosobo 2. Kemampuan Menghasilkan Profatibilitas Usaha 3. Mampu bersaing dengan produk lokal penjualan manisan carica 4. Kualitas Produk Sudah Sesuai Selera Konsumen 5. Kemampuan Meraih Pangsa Pasar produk manisan carica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk masih kurang dikenal di daerah luar jawa 2. Informal pengalaman kurang untuk mempromosikan ke toko-toko 3. Kenaikan harga barang pembantu seperti gula rafinasi, kemasan, pelabelan 4. Kurangnya media promosi 5. Kontinuitas penjualan belum maksimal
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pangsa pasar luas untuk penjualan manisan carica 2. Produk manisan carica hanya ada di Wonosobo 3. Terbentuknya APC (asosiasi pengrajin carica) 4. Dukungan pemerintah dengan daerah pariwisata dapat menambah jumlah pelanggan manisan carica 5. Perkembangan teknologi dapat meraih informasi di pasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan SDA yang ada (S1,O2) 2. Pengembangan pasar (S5,O1) 3. Dukungan pemerintah daerah (O3,O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan teknologi informasi (W1,W4,W5,O5) 2. Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan SDM dalam mengoptimalkan promosi (W2,W3)

Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembinaan pihak pemda, instansi terkait bersifat incidental 2. Stok produk terbatas, bahan utama tidak dapat di temukan di daerah lain 3. Berubahnya selera konsumen dengan adanya carica hanya di buat manisan saja 4. Tidak semua pelaku wirausaha olahan carica aktif dalam asosiasi 5. Munculnya pihak pesaing pengrajin carica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk (S3,S4,T3) 2. Membangun kerjasama dengan pemasok bahan baku (S2,T2,T5) 3. Inovasi produk (S4,T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan perbaikan dalam kelompok organisasi (W3,T1,T4) 2. Perbaikan sistem promosi pemasaran (W1,W4,W5,T5)

Sumber : Data Primer 2015

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal di ketahui bahwa faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman manisan carica CV Yuasafood, Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen, Kemampuan meraih pangsa pasar produk manisan carica, Produk masih kurang dikenal di daerah luar jawa, Dukungan pemerintah dengan daerah pariwisata dapat menambah jumlah pelanggan manisan carica. Tidak semua pelaku wirausaha olahan carica aktif dalam asosiasi.

Total Secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir analisis matriks IFAS, skor kekuatan sebesar 1,71 dan kelemahan sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan posisi internal industri manisan carica berada di atas rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50. Skor rata-rata tertimbang dari matriks EFAS, skor peluang sebesar 1,89 dan ancaman sebesar 0,97. Hal ini menunjukkan posisi eksternal industri berada di atas rata-rata dalam kekuatan eksternal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,50.

Hasil perumusan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada pengembangan pemasaran manisan carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo adalah Strategi S-O, Pemanfaatan SDA yang ada (S1,O2), Pengembangan Pasar (S5,O1), Dukungan Pemerintah Daerah (O3,O4), Strategi W-O, Memanfaatkan Teknologi Informasi (W1,W4,W5,O5), Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan SDM dalam mengoptimalkan promosi (W2,W3), Strategi S-T, Menjaga kualitas produk (S3,S4,T3), Membangun kerjasama dengan pemasok bahan baku (S2,T2,T5), Inovasi Produk (S4,T3), Strategi W-T, Melakukan

perbaikan dalam kelompok organisasi (W3,T1,T4), Perbaikan sistem promosi pasar (W1,W4,W5,T5)

Saran

Perlu diadakannya kerjasama yang lebih baik dengan petani carica untuk memasok carica lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan industri dan permintaan konsumen terhadap manisan carica juga akan terpenuhi. Perlu dilakukan promosi menggunakan media internet yang lebih luas agar produk manisan carica lebih dikenal oleh masyarakat luar Kabupaten Wonosobo.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik 2014. *Pertumbuhan Ekonomi per Sektor Kabupaten Wonosobo*. Wonosobo.

Dewi, SintaK .2009.*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Olahan Carica (Studi Kasus pada Industri Kecil Olahan Carica di Kecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo)*. Bogor Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Kamsir. 2007. *Kewirausahaan*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kuncoro,Mudrajad. 2000. *Ekonomi Pembangunan, Teori Masalah dan Kebijakan*, Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Moleong. 2005. *Metodologi Kualitatif Edisi Refisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nur, Uswatun H. 2010. *Proses Produksi Manisan Carica*. Fakultas Pertanian Sebelas Maret Surakarta.

Rangkuti, Freddy. 1999. *Matriks SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Rangkuti, Freddy .1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Sukirno, Sadono. 2005. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.

Suparmoko. 2002. *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE.

Sutopo.2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Manajemen Publik. Jakarta: PT. Grasindo.