

ANALISIS PEMASARAN PISANG SALE

STUDI KASUS SALE PISANG KECAMATAN LAKBOK KABUPATEN CIAMIS

Lia Dahlia¹, Daspar SE.,MM²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa,
Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

E-mail: risa4309@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id**ABSTRACT**

This study aims to analyze internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in formulating marketing strategies for banana sale products at PD LARISA, located in Lakbok District, Ciamis Regency. The method used in this research is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The findings indicate that the main strengths of the business are strong capital, affordable raw material prices, strategic business location, and skilled labor. On the other hand, weaknesses include limited flavor variations and underutilized digital promotion. Externally, the opportunities lie in high consumer demand, lack of similar competitors, and loyal customers. The main threats include unstable raw material prices and intense competition from other food products in the market. Therefore, the recommended marketing strategy is to enhance digital marketing and consistently maintain product quality to ensure sustainable business growth.

Keywords: SWOT, marketing strategy, banana sale, micro-enterprise, PD LARISSA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam perumusan strategi pemasaran produk sale pisang pada usaha PD LARISA yang berlokasi di Kecamatan Lakbok, Kabupaten Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha ini terletak pada modal yang kuat, harga bahan baku yang terjangkau, lokasi yang strategis, serta tenaga kerja yang terampil. Sementara itu, kelemahan yang dihadapi adalah minimnya variasi rasa dan promosi digital yang belum optimal. Dari sisi eksternal, peluang usaha mencakup tingginya permintaan konsumen, tidak adanya pesaing produk serupa, serta loyalitas pelanggan. Ancaman utama berasal dari harga bahan baku yang tidak stabil dan tingginya persaingan dengan produk makanan lain di pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang disarankan adalah meningkatkan pemasaran melalui teknologi digital dan mempertahankan kualitas produk secara konsisten agar usaha dapat terus berkembang.

Kata Kunci: SWOT, strategi pemasaran, sale pisang, usaha mikro, PD LARISSA.

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)**Copyright : author****Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha UMKM PD LARISSA ini mempunyai petani yang cukup banyak untuk stok barang bahan baku sale pisang. Usaha ini jg dapat meningkatkan pendapatan ekonomi Masyarakat menengah

sebagai mata pencaharian utama untuk daerah. Usaha ini memiliki produk kualitas yang baik untuk layak dipasarkan. Perbedaan dengan industri usaha lainnya yang mengandalkan bahan baku dari import, PD LARISSA ini lebih mengutamakan hasil sumber daya lokal yang melimpah sebagai bahan utamanya. Adanya usaha ini bukan hanya keuntungan usaha sendiri yang didapat tetapi juga pendapat petani daerah yang sejahtera. Harga yang diterima petani dari hasil panen atau hasil jualnya untuk bahan baku sale pisang ini umumnya lebih kecil dibanding dengan pengecer. Hal ini karena para petani masih lemah dalam tawar menawar harga dalam distribusi. Keterbatasan akses dalam informasi pasar yang akurat menjadi kendala bagi petani dalam mengambil harga yang lebih banyak untungnya.

TINJAUAN PUSTAKA

- **Strategi**

Cara mengembangkan UMKM yang penting adalah memanfaatkan teknologi digital. Gunakan media sosial, website, dan platform e-commerce untuk memasarkan produk. Teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Tentu saja, produk kita akan mudah dikenali karena sebagian masyarakat kini sudah melek digital. Jalin hubungan dengan pemasok, distributor, dan komunitas UMKM lainnya untuk memperluas peluang bisnis dan mendapatkan dukungan tambahan. Jika memiliki banyak network atau kemitraan pasti produk kita akan mudah berkembang. Seperti ini sedang ramai kemitraan es teh yang telah merajalela di setiap sudut jalan.

- **Manajemen Strategi**

Manajemen Strategi adalah proses analisis dan penciptaan strategi serta penerapan dan pemantauan yang berkelanjutan yang digunakan oleh organisasi dengan tujuan untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Manajemen Strategi juga dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu yang digunakan untuk merumuskan, menerapkan dan mengevaluasi keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Dengan adanya Manajemen Strategi ini, suatu organisasi atau perusahaan dapat menilai bisnis dan industri yang digelutinya termasuk menilai kompetitornya dan menetapkan tujuan organisasinya untuk mengungguli pesaingnya di saat ini maupun di masa yang akan dan kemudian menilai kembali setiap strategi organisasinya. Menurut Husein Umar (1999:86), Manajemen strategik sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (formulating), penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya pada masa mendatang.

- **Analisis SWOT**

Menurut Robinson dan Pearce analisis SWOT adalah salah satu dari komponen penting yang ada di dalam manajemen strategis. Analisis SWOT digunakan untuk menghasilkan profil perusahaan dari internal perusahaan itu sendiri. Digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kemudian, hasil identifikasi ini akan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang kemungkinan akan dihadapi. Sehingga dapat ditemukan strategi efektif yang akan digunakan oleh pelaku bisnis.

METODE PENELITIAN

- **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Studi kasus dimaksudkan sebagai salah satu bentuk penelitian yang membatasi ruang lingkup objek dan subjek secara spesifik, serta berfokus pada satu kasus yang dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif.

- **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. **Data primer** diperoleh secara langsung dari sumber pertama tanpa perantara, melalui wawancara dan observasi lapangan.
- b. **Data sekunder** diperoleh dari berbagai referensi tertulis seperti buku, jurnal, laporan terdahulu, dan dokumen resmi lainnya yang relevan. Data ini dikumpulkan melalui studi literatur dan informasi dari lembaga atau instansi yang terpercaya.

Penentuan lokasi dan subjek penelitian dilakukan dengan **metode purposive sampling**, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dan memiliki hubungan erat dengan objek studi.

- **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sidaharja, Kecamatan Lakkok, Kabupaten Ciamis. Informasi diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha sale pisang, yaitu Bapak Tarsono. Pemilihan lokasi dan responden dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik yang mendukung tujuan penelitian.

- **Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan melalui pendekatan terhadap faktor internal dan eksternal usaha.

- a. **Faktor internal** dianalisis untuk mengetahui kondisi tenaga kerja, permodalan, serta harga bahan baku di wilayah setempat.

b. **Faktor eksternal** digunakan untuk mengevaluasi persepsi masyarakat terhadap kualitas produk, tingkat pemasaran, dan daya saing produk sale pisang PD LARISSA dibandingkan dengan kompetitor lainnya di pasar. Faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis ini meliputi keberadaan pelanggan setia sebagai peluang utama. Namun, tantangan tetap muncul dari para pesaing baru dan keberagaman produk makanan lain di pasar yang menjadi kompetitor tidak langsung.

- **Rekomendasi Strategi**

Berdasarkan hasil analisis, strategi yang direkomendasikan untuk PD LARISSA adalah:

- Fokus pada peningkatan kapasitas produksi.
- Menjaga konsistensi mutu dan cita rasa produk.
- Memperluas jaringan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengikuti perkembangan zaman.
- Mengoptimalkan distribusi produk agar lebih efisien dan efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- **Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi berbagai aspek usaha secara sistematis, dengan tujuan menyusun alternatif strategi yang tepat dan relevan. Pendekatan ini berlandaskan pada logika bahwa strategi yang optimal adalah strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Langkah pertama dalam analisis adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi operasional usaha PD LARISSA.

- 1. Faktor Internal (Matriks IFE)**

Berdasarkan hasil identifikasi, ditemukan beberapa komponen yang menjadi kekuatan serta kelemahan usaha sebagai berikut:

Variabel (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
Lokasi strategis	0,20	2	0,40
Modal	0,18	2	0,36
Kualitas produk	0,20	1	0,20
Harga yang terjangkau	0,18	2	0,36

Tenaga kerja ahli	0,18	2	0,36
-------------------	------	---	------

Variabel (Kelemahan)	Bobot	Rating	Skor
Promosi dan iklan belum meluas	0,16	3	0,48
Tidak ada pencatatan keuangan yang jelas	0,18	3	0,54

2. Faktor Eksternal (Matriks EFE)

Variabel (Peluang)	Bobot	Rating	Skor
Permintaan terhadap sale pisang tinggi	0,18	3	0,54
Perkembangan teknologi digital	0,16	2	0,32
Pelanggan setia	0,18	3	0,54

Variabel (Ancaman)	Bobot	Rating	Skor
Kurangnya pendampingan dari pemerintah daerah	0,16	3	0,48
Naiknya harga bahan baku	0,14	3	0,42
Banyak varian usaha makanan lain di pasar	0,16	2	0,32

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa PD LARISSA berada pada posisi yang cukup kuat dalam merespons peluang yang ada, terutama karena didukung oleh pelanggan setia dan minimnya pesaing sejenis. Namun, ancaman tetap hadir dari fluktuasi harga bahan baku dan munculnya berbagai produk makanan lainnya di pasar.

• Formulasi Strategi

a. Strategi S-O (Strengths – Opportunities)

1. Meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi tingginya permintaan pasar.
2. Memperluas jaringan pemasaran melalui berbagai platform digital agar produk lebih dikenal luas.
3. Menjaga kualitas produk secara konsisten agar pelanggan tetap loyal.

b. Strategi W-O (Weaknesses – Opportunities)

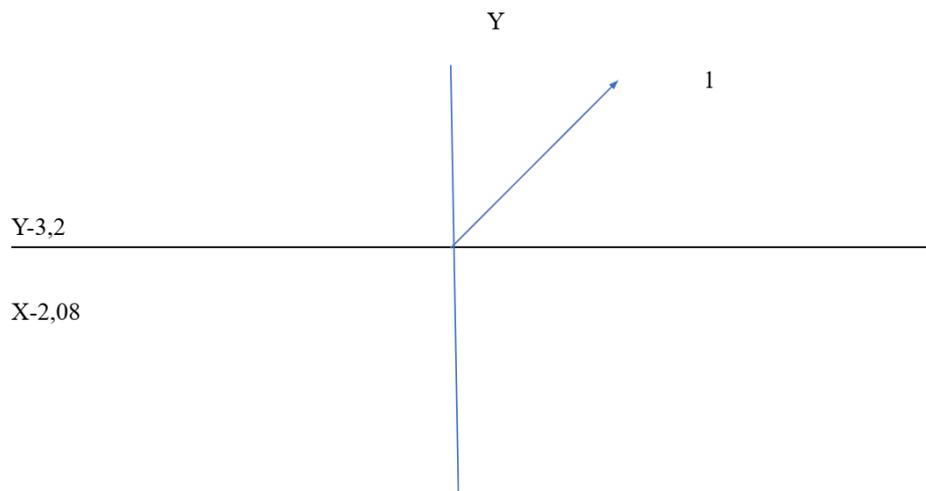
1. Memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan.
2. Mengembangkan variasi rasa produk agar menarik lebih banyak konsumen.

c. Strategi S-T (Strengths – Threats)

1. Menjalin kemitraan dengan lebih banyak pemasok guna memastikan stabilitas bahan baku.
2. Menjaga dan memperkuat reputasi usaha agar tetap unggul dalam persaingan.
3. Menambah persediaan bahan baku sebagai antisipasi terhadap fluktuasi harga pasar.

d. Strategi W-T (Weaknesses – Threats)

1. Memperkuat kegiatan promosi melalui berbagai platform untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing.

**KESIMPULAN DAN SARAN****A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap usaha sale pisang PD LARISSA di Kecamatan Lakkok, Kabupaten Ciamis, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Faktor internal** yang menjadi kekuatan utama meliputi tenaga kerja yang ahli, modal yang memadai, mutu produk yang berkualitas dan konsisten, serta harga yang kompetitif. Hal ini menjadi pondasi penting bagi keberlangsungan dan daya saing usaha.
2. **Kelemahan internal** yang perlu diperhatikan antara lain kurangnya promosi dan iklan melalui media digital, belum adanya sistem pencatatan keuangan yang rapi, serta terbatasnya variasi rasa dalam produk.

3. **Faktor eksternal** yang menjadi peluang usaha mencakup adanya pelanggan yang loyal, meningkatnya permintaan produk, serta masih minimnya pesaing dengan produk serupa.
4. **Ancaman eksternal** mencakup ketidakstabilan harga bahan baku, kurangnya dukungan dari pemerintah daerah, dan meningkatnya variasi produk makanan lain di pasar yang dapat menggeser posisi PD LARISSA jika tidak diantisipasi dengan baik.

Melalui analisis SWOT, strategi yang tepat bagi PD LARISA adalah dengan mengoptimalkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang dimiliki, sekaligus meminimalkan dampak dari kelemahan dan ancaman yang ada.

B. Saran

Agar usaha PD LARISSA dapat berkembang secara berkelanjutan, maka disarankan hal-hal berikut:

1. **Penguatan promosi digital**

Memanfaatkan media sosial dan platform digital secara aktif untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mengenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas.

2. **Diversifikasi produk**

Mengembangkan variasi rasa sale pisang untuk memenuhi selera konsumen yang beragam dan meningkatkan daya tarik produk di tengah persaingan.

3. **Peningkatan manajemen usaha**

Menyusun sistem pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan profesional agar memudahkan evaluasi serta pengambilan keputusan usaha.

4. **Menjalin kemitraan dengan pemasok tetap**

Untuk mengurangi risiko fluktuasi harga bahan baku, penting bagi PD LARISSA menjalin kerja sama dengan pemasok lokal yang terpercaya dan stabil.

5. **Membangun relasi dengan pemerintah dan komunitas**

Mengupayakan dukungan dari pemerintah setempat dan komunitas agar usaha lebih dikenal, mendapatkan pendampingan, serta berpeluang menerima bantuan pengembangan UMKM.

Dengan penerapan strategi dan saran yang tepat, diharapkan PD LARISSA dapat terus berkembang, bersaing secara sehat di pasar, serta menjadi salah satu pelaku usaha lokal yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Lia Dahlia,2025,Metode Penelitian Observasi.ciamis