

Strategi Pengembangan Produk Coklat Di CV Putra Mataram Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar

Abd. Mukti¹, Nurhaya Kusmiah², ST. Hijrah Alfiani³

^{a1}Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Ilmu Pertanian Universitas Al Asyariah Mandar 1

¹ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Ilmu Pertanian Universitas Al Asyariah Mandar 2

² Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Ilmu Pertanian Universitas Al Asyariah Mandar 2

*Email: abdmukti91@gmail.com, st.hijrahalfiani@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat untuk pasar coklat CV Putra Mataram di desa Sidorejo. Dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT dengan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary), dapat diketahui faktor lingkungan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan pasar coklat CV Putra Mataram. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa posisi strategis yang menjadi fokus adalah posisi strategis dalam mengembangkan pasar coklat CV Putra Mataram, khususnya menggunakan strategi SO (Strength-Opportunity), yaitu Gunakan segala kekuatan dan manfaatkan peluang.

Peluang pemasaran yang dimiliki oleh Pengembangan Pasar Coklat CV Putra Mataram sebesar 2,12 lebih besar dari nilai Faktor Ancaman sebesar 1,23 bila mempertimbangkan potensi dan nilai peluang Pengembangan Pasar Coklat CV Putra Mataram Faktor Kekuatan lebih tinggi 2,18 dari faktor kelemahan, 1,02 dengan memeriksa hasilnya Dari analisis strategi internal menunjukkan bahwa faktor kekuatan dapat mendukung pengembangan pemasaran Coklat CV Putra Mataram dibandingkan dengan faktor lemah.

Keywords : *Strategi Pengembangan Pasar CV Putra Mataram, SWOT, IFAS, EFAS*

1. Pendahuluan

Sektor pertanian dalam perekonomian nasional memegang peranan penting dan strategis. Memang benar, sektor pertanian memberikan kesempatan kerja bagi penduduk pedesaan dan menyediakan pangan bagi masyarakat Indonesia. Sektor pertanian Indonesia tidak hanya mencakup subsektor pangan saja, namun juga subsektor tanaman pangan, subsektor peternakan, dan subsektor perikanan. Subsektor peternakan merupakan salah satu sumber penerimaan devisa negara. Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan sumber daya alam yang melimpah. Salah satu sumber daya alam yang kaya tersebut adalah pohon kakao. Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Hal ini sebenarnya tidak mengherankan mengingat Indonesia merupakan daerah yang kaya akan bahan baku. Lepa, O., Pangemanan, S., & Rachman, I. (2019).

Dari segi produktivitas, kakao merupakan tanaman yang digemari karena hampir seluruh Indonesia menanam tanaman penghasil coklat dan 90% perkebunan dimiliki oleh petani. Salah satu daerah penghasil kakao di Indonesia adalah Sulawesi Barat (Direktorat Produksi Tanaman, 2015) yang merupakan salah satu daerah produksi kakao utama di Sulawesi dengan kontribusi sekitar 22%. Luas areal tanam kakao di Sulawesi Barat adalah 180.835 hektar. Simpan bahan tanam berperan penting dalam menentukan hasil dan kualitas gabah (BPTP Balitbangtan Sulawesi Barat, 2017). Luas perkebunan

kakao di Sulawesi Barat tersebar di banyak kabupaten di Sulawesi Barat, antara lain Majene, Mamasa, Mamuju, Pasangkayu, Mamuju Tengah, dan Polewali Mandar. Bartholomius, B. (2013).

Pohon kakao dapat diolah menjadi berbagai produk makanan dan minuman. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi di era bisnis, diharapkan setiap badan usaha mempunyai kemampuan untuk memenuhi dan merespon kebutuhan pelanggan yang selalu berubah, sekaligus harus melakukan hal yang benar dalam hal tersebut. Untuk mengungguli pesaing bisnis serupa. Seperti di Café Macoa, terdapat banyak jenis olahan kakao. Oleh karena itu, untuk berhasil mengungguli pesaingnya, para pengusaha harus menciptakan produk-produk inovatif dan kreatif yang dapat menopang usaha yang dijalankannya dan berkembang pesat. Bangsawan, S. (2015).

Pengusaha harus mempunyai strategi pemasaran yang baik terhadap perusahaan yang dijalankannya untuk memperoleh pangsa pasar, serta harus mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek). Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya ditentukan oleh kualitas produknya serta kemampuannya dalam bidang pemasaran. Siagian, M., Kom, & Wasiman, S. E. (2022). Pemasaran dikatakan berhasil apabila dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi Atas dasar itu, konsumen memegang peranan penting bagi pengusaha dalam menentukan strategi bisnisnya. Menyadari hal tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh

CV Putra Mataram di Kabupaten Wonomulyo mengambil judul penelitian “Strategi Pengembangan Produk Coklat di CV Putra Mataram Kecamatan Wonomulyo, Fotografer Polewali Mandar”

2. Metodologi

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di cv Putra Mataram kecamatan wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar yang dilaksanakan pada bulan januari sampai dengan april 2024.

Penentuan Responden

Arikunto (2015) berpendapat bahwa sampel/responden adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Jika subjeknya kurang dari seratus, semuanya diwawancarai. Namun jika jumlah subjeknya lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10 sampai 15% atau 15 sampai 25% atau lebih. Karena yang merespon saya ada 28 orang, 24 konsumen dan 4 produsen, semuanya diwawancarai. Sampel yang diambil akan memberikan gambaran tentang keadaan populasi yang sebenarnya.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan questioner atau daftar pertanyaan. Saleh, Y. (2014).
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui berbagai sumber yang terkait dengan penelitian ini. Sujarweni, V. W. (2014).

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang relevan dengan tujuan penelitian digunakan dengan beberapa metode sebagai berikut :

1. Pengamatan (Observasi)
Teknik ini digunakan untuk mengamati secara langsung pada lokasi pencarian untuk dapat mendeskripsikan informasi mengenai objek pencarian.
2. Daftar Pertanyaan (Questioner)
Teknik ini memungkinkan diperolehnya informasi atau analisis berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.
3. Wawancara (Interview)
Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber, baik pemilik usaha, karyawan, atau perusahaan. Karim, A. (2023).
pihak terkait yang telah dipersiapkan sebelumnya, kemudian jawabannya dicatat atau dicatat dengan menggunakan alat perekam seperti telepon seluler..

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber data pelengkap dari penelitian kualitatif jika tersedia sumber lain seperti informan, peristiwa atau kegiatan, dan letak dokumen dapat berupa artikel, gambar atau karya seseorang. Ayuningtyas, D. P., & Hanif, M. (2022).

3. Hasil

Strategi Pengembangan Pasara Coklat CV Putra Mataram Kecamatan Wonomulyo

Untuk membangun strategi digunakan analisis yang disebut analisis SWOT, yang secara sistematis mengidentifikasi faktor-faktor. Analisis ini didasarkan pada logika dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT yang digunakan dengan baik dalam suatu bisnis mengungkapkan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan dengan baik, antara lain mengembangkan faktor pendukung dan memanfaatkan peluang tersebut menjadi kekuatan efektif yang dapat diandalkan dalam mengatasi ancaman dan meminimalkan kerugian bagi perusahaan. Pratiwi, R. (2018).

Dalam upaya untuk menentukan strategi dalam pemasaran pengolahan usaha Coklat di desa sidorejo kecamatan wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar yaitu dengan melihat faktor internal dan eksternal sebagai berikut

Faktor - Faktor Internal

Berdasarkan hasil analisis faktor internal yang diperoleh di lapangan mempengaruhi perkembangan pasar coklat di CV Putra Mataram di desa Sidorejo kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar berupa kelebihan dan kelemahan sebagai berikut

Kekuatan (Strength)

1. Prodak Coklat Macoa rendah gula
Produk Coklat yang ada Di CV Putra Mataram (Macoa) menggunakan gula kara pada umumnya konsumen menyukai prodak yang manis khususnya yang ada di Polewali Mandar
2. Prodak Coklat di Macoa Menggunakan lebih banyak Coklat
Produk coklat macoa menggunakan coklat dalam jumlah banyak atau tidak terlalu banyak, karena bila menggunakan coklat terlalu banyak maka produk tidak terasa pahit. Sementara itu, sebagian besar pemakan coklat menyukai makanan manis, khususnya di Polewali Mandar.
3. Produk Coklat yang di Macoa menggunakan sedikit bahan pengawet makanan
Produk coklat Macoa menggunakan sedikit bahan pengawet makanan sehingga tidak menghilangkan karakter coklat UMKM Macoa. Karena setiap produk Macoa mempunyai ciri khasnya masing-masing.
4. Kemasan produk coklat di Macoa aman menjaga kualitas
Pengemasan produk coklat di Macoa dinilai baik karena menggunakan kemasan aluminium seperti

produk coklat pada umumnya, serta desain produk coklat di Macoa dinilai bagus dan modern.

Faktor - Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal yang didapat dan dapat mempengaruhi kelangsungan usaha Coklat Macoa di Desa Sidorejo Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar berupa peluang dan ancaman hubungan, secara spesifik sebagai berikut

Peluang (Opportunity)

1. Macoa membangun kerjasama dan kemitraan dengan instansi
Macoa membangun hubungan kerjasama dengan berbagai instansi dan menjadi penyedia sumber daya dalam setiap kegiatan. Selain merekomendasikan produk kepada mereka yang hadir di konferensi atau mereka yang menyediakan sumber daya.
2. Peningkatan penjualan produk Coklat di CV Putra Mataram
Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk coklat di CV Putra Mataram adalah dengan mengikuti event-event yang ada. Sekaligus memperkenalkan produk kepada semua orang.
3. Tempat produksi coklat CV Putra Mataram
Tempat produksi coklat di CV Putra Mataram (Macoa) Dinilai bagus dan strategis karena letaknya di tengah kota dan dekat pasar Wonomulyo. Selain dekat dengan pasar, pendistribusian produk dapat dilakukan dengan mudah ke toko-toko yang ditunjuk. Fasilitas produksi coklat di Macoa
Fasilitas produksi CV Putra Mataram dinilai sudah baik karena mesin produksi coklat yang digunakan dan terbilang modern, sehingga mereka bisa Kualitas produk coklat di Macoa dikatakan bagus

Ancaman (Threat)

1. Terdapat Pesaing baru
Dalam dunia usaha perlu adanya peningkatan efisiensi dan memaksimalkan pangsa pasar dengan cara mengoptimalkan peluang yang ada di pasar karena persaingan antar pelaku usaha sangat ketat dimana pesaing baru dapat dengan mudah ditembus dan dimana pemasok dan pelanggan dapat memperkuat negosiasi seperti pada pasar saat ini.
2. Selerah konsumen berubah-ubah
Seperti yang kita lihat saat ini, selera konsumen seringkali berubah. Jadi, untuk menghadapi persaingan di pasar, kita harus patuh selera konsumen yang terus berubah agar tetap kompetitif di pasar.

Tabel 4.1 Internal Strategic Faktor Analisis (IFAS)

No	Faktor-Faktor Internal	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan					
1.	Produk Coklat yang ada di Macoa rendah gula	83	0,15	2,7	0,45
2.	Produk Coklat yang ada di Macoa menggunakan Coklat lebih banyak	76	0,13	2,5	0,39
3.	Produk Coklat di Macoa menggunakan sedikit pengawet makanan	104	0,18	3,4	0,54
4.	Kemasan produk Coklat Macoa aman menjaga kualitas produk	113	0,20	3,7	0,8
Sub Total			0,66		2,18
Kelemhan					
1.	Harga produk Coklat Macoa lebih tinggi dari harga Produk pesaing	96	0,17	3,2	0,51
2.	Produk yang ada di Macoa belum ada di mini markt	98	0,17	3,3	0,51
Sub Total			0,34		1,02
Total			1		3,2

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai total koefisien kuat sebesar 2,18 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai total koefisien lemah yaitu sebesar 1,02. Hal ini menunjukkan bahwa faktor resistensi sangat mempengaruhi produk coklat.

Tabel 4.2. Eksternal Strategic Factor Analisis (EFAS)

No	Faktor-Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot	Reting	Bobot X Rating
Peluang					
1	Macoa membangun kerja sama dan kemitraan dengan berbagai industri maupun instansi	105	0,17	4	0,68
2	Dalam peningkatan penjualan cv. Putra mataram memanfaatkan event untuk pemasaran produk coklat	104	0,17	3	0,51
3	Tempat dari produk macoa dekat dari pusat kota	100	0,16	3	0,48
4.	Fasilitas produksi coklat macoa sudah modern	91	0,15	3	0,45
	Sub Total		0,65		2,12
Ancaman					
1	banyak prodak pesaing sudah masuk dimini market	109	0,18	4	0,72
2	selera konsumen berubah-ubah	103	0,17	3	0,51
					1,23
Jumlah		612	1		3,35

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat nilai total koefisien peluang sebesar 2,12, lebih tinggi dibandingkan nilai total koefisien ancaman yaitu 1,23. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang mempunyai pengaruh yang lebih besar dalam memunculkan potensi-potensi yang diperlukan untuk mendukung pengembangan pasar CV Putra Mataram.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan berjudul Strategi Pengembangan Pasar Coklat CV. Putra Mataram maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari faktor internal dapat disimpulkan nilai kekuatan sebesar 1,92 lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahan sebesar 1,43. Hal ini mungkin menunjukkan kekuatan yang dapat mendukung pertumbuhan usaha pengolahan coklat pada UMKM di Macoa. Dari faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa nilai peluang sebesar 1,66 lebih besar dibandingkan dengan nilai ancaman sebesar 1,31. Hal itu menunjukkan bahwa usaha

pengolahan coklat CV Putra Mataram mempunyai peluang yang sangat besar.

Posisi pemasaran strategis perusahaan UMKM coklat Macoa di desa Sidorejo berada pada kuadran I, mendukung strategi agresif, perusahaan UMKM perlu melakukan upgrade mesin dan meningkatkan kuantitas produksi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada ibu dan ayah atas segala dukungan sehingga saya sampai ke tahap ini. Kepada ibu Nurhaya Kusmiah, S.TP., M.Si. dan ibu St. Hijrah Alfiani, S.TP.,M.TP selaku pembimbing saya ucapkan terima kasih atas bimbingan dan petunjuknya selama ini.

Daftar Pustaka

- Ayuningtyas, D. P., & Hanif, M. (2022). Monumen Panglima Besar Jenderal Soedirman Di Pakis Baru Nawangan Pacitan (Makna Simbolik Dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar IPS SMP/MTS). *Jurnal Pendidikan IPS Indonesia*, 6(1), 23-33.
- Bangsawan, S. (2015). MANAJEMEN PEMASARAN USAHA KECIL Kasus Industri Pengolahan Makanan Dan Ritel.
- Bartholomius, B. (2013). *Dampak Kebijakan Gernas Kakao Terhadap Pengembangan Kelembagaan Kelompok Tani Di Kecamatan Messawa Kabupaten Mamasa (Studi Kasus Pada Tiga Tipologi Kelompok Tani)* (Doctoral Dissertation, Uniniversitas Hasanuddin).
- Karim, A. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Kusmiah, N., Fitrianti, F., & Yamin, M. A. (2020). Sifat Fisik Buah Kakao (*Theobroma cacao*. L) Terhadap Pengaplikasian Teknik Sambung Samping. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(2), 74-77.
- Lepa, O., Pangemanan, S., & Rachman, I. (2019). Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow Dalam Pembangunan Pertanian (Studi Di Kecamatan Passi Timur). *Jurnal Eksekutif*, 3(3).
- Pratiwi, R. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut Cv. Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Rahawarin, C., & Arikunto, S. (2015). Pengaruh Komunikasi, Iklim Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru SMA. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 3(2), 173-188.
- Saleh, Y. (2014). Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren Di Desa Tulo'a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 1(4), 219-219.
- Siagian, M., Kom, S., Sunargo, S. E., Khoiri, M., Rustam, T. A., & Wasiman, S. E. (2022). *Pengantar Manajemen* (Vol. 1). CV BATAM PUBLISHER.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.