

## KAJIAN PENGEMBANGAN PRODUK MAKANAN OLAHAN MANGROVE

Choliq Sabana

Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan  
sabanacho@yahoo.com/ 081575925055

### Abstract

*Mangroves in addition to conservation of nature , mangroves can also be used as a basic ingredient of processed foods . Mangrove has been shown to have content that is useful for the growth , development , and intelligence . There have been many people, especially coastal communities have made use of mangrove fruit as raw material processed foods , such as syrups and other food . However, for people in Pekalongan not commonly utilize mangrove fruit as raw material processed foods , it is because of the difficulty of raw materials . The results of the feasibility analysis shows that enterprises with raw materials processed foods such as “Jenang Dodol” dan “Sirup Mangrove” is feasible by households and industry can be produced in a sustainable manner with the support of the raw material .*

### PENDAHULUAN

*Apple Mangrove (Sonneratia sp.)* merupakan pohon bakau dengan akar nafas yang muncul vertikal dari dalam tanah. Tumbuhan ini mampu menangkap dan menahan endapan, menstabilkan tanah habitatnya, serta bertindak sebagai Pionir yang memagari daratan dari kondisi laut dan angin dalam pembentukan formasi hutan bakau di kawasan pantai. Buah *Apple Mangrove* dapat dimakan secara langsung. Rasa asam dan aroma yang khas, serta tekstur buah yang lembut membuat *Apple Mangrove* cocok diolah menjadi aneka makanan. Apple mangrove juga memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan dan pertumbuhan tubuh. Sebagaimana hasil penelitian Raindy,dkk. apple mangrove memiliki beberapa kandungan yang baik bagi proses pertumbuhan, perkembangan, dan kecerdasan. Seperti Vitamin C dan mengandung iodium dengan kadar 0,68 mg/ kg sirup. Berdasarkan penelitian (Raindy dkk, 2006) sirup “*Apple Mangrove*” telah

layak dan aman untuk dikonsumsi karena bebas dari bahan berbahaya dan beracun (B3), memenuhi syarat mutu sesuai dengan SNI 01-3544-1994 (untuk sirup), sehingga aman untuk dikonsumsi dan diproduksi secara kontinyu.

Produk makanan olahan berbahan apple mangrove sebenarnya sudah banyak dilakukan di berbagai daerah di Indonesia, terutama masyarakat pesisir. Namun demikian bagi masyarakat Kota Pekalongan belum lazim memanfaatkan buah buah mangrove sebagai bahan dasar makanan olahan, hal ini karena sulitnya bahan baku. Padahal bisnis ini bisa menjanjikan sebagai peluang usaha alternatif bagi industri rumah tangga, terutama masyarakat pesisir. Bisnis baru ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi mangrove baik dari sisi ekologi maupun ekonomi.

### Permasalahan

Pemanfaatan mangrove menjadi produk *value added* pada industry pengolahan aneka produk belum

banyak dikembangkan di Kota Pekalongan. Kajian tentang pengembangan produk makanan olahan berbahan baku buah mangrove serta penajakan potensi pemasarannya menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini yang diharapkan akan menjawab seberapa besar persepek pengembangannya ditinjau dari aspek produksi dan pemasaran. Beberapa pertanyaan yang akan dicari pemecahannya adalah:

- 1) Bagaimana aspek kelayakan bisnis usaha makanan olahan berbahan baku buah mangrove?
- 2) Bagaimana strategi pemasaran dan cara promosi yang tepat sehingga produk memiliki daya saing dari produk olahan lain?

#### **Tujuan Penelitian**

- 1) Mengetahui nilai kelayakan bisnis usaha makanan olahan berbahan baku buah mangrove untuk skala industry rumah tangga.
- 2) Mengkaji jalur pemasaran (distribution channel) produk olahan mangrove yang saat ini sudah berjalan di pasaran.

#### **Manfaat dan sasaran**

- 1) Sumbangan informasi tentang prospek pengembangan produk olahan mangrove menjadi produk industry skala rumah tangga
- 2) Memberikan nilai tambah produk (product value added) pada buah mangrove sehingga dapat meningkatkan dan memperluas pemasaran sebagai upaya dalam mendayagunakan hasil sampingan industry mangrove.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Alat Analisis:**

Berikut adalah beberapa alat analisis untuk tujuan menganalisis kelayakan usaha makanan olahan berbahan baku buah mangrove:

- a. Analisis keuntungan
- b. Analisis Benefit Cost Ratio
- c. Analisis Break Even Point atau titik impas
- d. Analisis pengembalian Modal
- e. Analisis efisiensi modal.

#### **Tahapan Penelitian**

Tahapan penelitian yang dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

#### 1) Survey pasar

Melakukan survey pasar dengan mendistribusikan dan mempromosikan produk pada 100 responden berdasarkan klasifikasi yang sudah ditentukan. Dalam survey pasar dilakukan pengumpulan data responden yang dituangkan pada kuesioner yang telah disediakan. Kuesioner mencakup beberapa pertanyaan kepada responden tentang harga, rasa, kemesan, tekstur, warna dan aroma yang diinginkan responden. Kuesioner juga menanyakan minat responden di dalam membeli produk.

#### 2) Pengembangan produk

Melakukan diversifikasi produk dengan pengembangan aneka produk olahan mangrove yaitu: Jenang Dodol dan Sirup. alasan pemilihan produk sirup dan kripik sebagai produk yang diteliti karena Jenang Dodol dan Sirup merupakan makanan khas yang seringkali dinikmati oleh warga Kota Pekalongan dan sekitarnya. Produk sirup sudah banyak peminatnya, tetapi sirup dengan bahan baku mangrove jarang ditemui di pasar. Demikian halnya produk Jenang Dodol, yang banyak dijual di pasaran namun bukan berasal dari mangrove.

#### 3) Analisa kelayakan Usaha

Melakukan analisa konsumen dan produsen. Dari sisi konsumen dengan melakukan analisis pasar, sedangkan dari sisi produsen dengan analisis kelayakan usaha.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Manfaat Mangrove:**

Banyak spesies mangrove yang secara tradisional sudah dikonsumsi oleh masyarakat pesisir. Namun pemanfaatan mangrove sebagai bahan pangan hanya bersifat insidental atau dalam keadaan darurat jika terjadi krisis pangan. Sebenarnya ada buah mangrove yang dapat secara spesifik dimanfaatkan sebagai sumber pangan kaya karbohidrat yaitu dari spesies *B. gymnorrhiza* (lindur). Buah mangrove jenis lindur dapat dieksplorasi menjadi bahan pangan alternatif. Buah lindur yang diolah menjadi tepung kandungan gizinya terutama karbohidrat sangat dominan sehingga bisa dieksplorasi menjadi sumber pangan baru berbasis sumber daya lokal mengingat Indonesia merupakan negara kepulauan sehingga bisa membudidayakan mangrove jenis lindur ini disepanjang garis pantai.

Tepung ini mempunyai derajat putih yang rendah tetapi justru dalam aplikasi untuk pengolahan pangan tidak dibutuhkan pewarna makanan. Secara alami buah lindur ini memberikan warna kecoklatan. Bisa dibentuk menjadi adonan yang kalis dan mempunyai kandungan amilosa hampir sama dengan beras yaitu sekitar 17%.

Tepung buah lindur yang dihasilkan sudah memenuhi kriteria tepung yang bisa dikonsumsi. Kadar air, karbohidrat abu dan serat sudah memenuhi standar SII untuk tepung. Faktor pembatas buah lindur antara lain tanin dan HCN juga berkurang secara signifikan dengan pengolahan sehingga tepung buah lindur ini aman untuk dikonsumsi. Lebih luas *Brugulera gymnorhiza* dapat dimanfaatkan untuk berbagai produk makanan olahan seperti Tepung, beras, kerupuk, cireng, sirup mangrove, dan jenang.

Manfaat produk sirup *Apple Mangrove*, berdasarkan penelitian (Raindy,dkk. ,2006) antara lain adalah kandungan vitamin C cukup tinggi (50,1 mg/100 gr sirup), dan mengandung iodium dengan kadar 0,68 mg/kg sirup. Dalam tubuh vitamin C berfungsi sebagai antioksidant, sedangkan Iodium untuk sintesis hormon tiroksin, yaitu suatu hormon yang dihasilkan oleh kelenjar tiroid yang sangat dibutuhkan untuk proses pertumbuhan, perkembangan, dan kecerdasan. Berdasarkan penelitian (Raindy dkk, 2006) sirup "*Apple Mangrove*" telah layak dan aman untuk dikonsumsi karena bebas dari bahan berbahaya dan beracun (B3), memenuhi syarat mutu sesuai dengan SNI 01-3544-1994 (untuk sirup), sehingga aman untuk dikonsumsi dan diproduksi secara kontinyu.

### **Pengertian Pemasaran**

Perkembangan pemikiran pemasaran, disadari atau tidak, sejalan dengan perkembangan peradaban dan pemikiran masyarakat di berbagai bangsa. Hal ini dapat terjadi karena pemikiran di bidang pemasaran selalu melekat dalam kehidupan masyarakat yang selalu berpikir alternatif. Maksudnya adalah dimana masyarakat selalu dihadapkan pada suatu pilihan dan sumber daya yang terbatas untuk mampu memaksimalkan kepuasan. Itulah sebabnya upaya untuk pemenuhan akan kepuasan terus berkembang sepanjang waktu dengan pola tertentu yang mencirikan tentang masanya.

Di bawah ini dikemukakan beberapa pendapat dari para ahli mengenai arti dari pemasaran. Menurut Kotler (2000), Pemasaran adalah : "Suatu proses sosial dan manajerial yang

mana di dalamnya terdapat individu dan kelompok untuk mendapatkan apa saja yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain".

Sedangkan menurut Basu Swastha (2000 : 5), Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.

Walaupun pengertian pemasaran itu berbeda-beda menurut para ahli, tetapi dari kesemuanya dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pemasaran itu berintikan seluruh kegiatan organisasi perusahaan yang diarahkan sedemikian rupa untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan.

Kotler (2000) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dengan demikian pemasaran produk dan jasa, termasuk perguruan tinggi akan terkait kepada konsep : permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan.

### **Pengertian Manajemen Pemasaran**

Secara umum manajemen pemasaran mempunyai tiga tugas pokok yaitu merencanakan strategi umum perusahaan, melaksanakan rencana strategi tersebut dan kemudian mengadakan evaluasi, menganalisis dan mengawasi rencana tersebut dalam operasinya.

Bila ketiga fungsi pokok tersebut diterapkan dalam kegiatan pemasaran maka manajemennya disebut manajemen pemasaran. Definisi manajemen pemasaran yang diterapkan oleh Philip Kotler (1997) adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Uraian definisi di atas jelas tugas manajemen pemasaran merupakan suatu penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran barang dan jasa dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

### **Marketing Mix (Bauran Pemasaran)**

Strategi bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan

inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.

Kotler (2000:15) mengemukakan definisi bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perbedaan di dalam strategi bauran pemasaran tidak terjadi secara kebetulan, manajer pemasaran merencanakan strategi pemasaran untuk mendapatkan keunggulan dibandingkan dengan para pesaingnya dan memberikan pelayanan yang baik. Dengan mengubah elemen-elemen bauran pemasaran, manajer pemasaran dapat menyesuaikan dengan saran yang diberikan oleh konsumen. Konsep bauran pemasaran terdiri dari empat unsur yaitu *product, price, place, promotion*.

#### **Analisis usaha**

Studi kelayakan usaha/bisnis juga sering disebut studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu usaha/proyek dilaksanakan dengan berhasil. Istilah proyek mempunyai arti suatu pendirian usaha baru atau pengenalan sesuatu (barang atau jasa) yang baru ke dalam suatu produk mix yang sudah ada selama ini. . Pengertian keberhasilan bagi pihak yang berorientasi profit dan pihak non profit bisa berbeda. Bagi pihak yang berorientasi profit semata biasanya mengartikan keberhasilan suatu proyek dalam artian yang lebih terbatas dibandingkan dengan pihak non-profit, yaitu diukur dengan keberhasilan proyek tersebut dalam menghasilkan profit. Sedangkan bagi pihak non-profit (misalnya pemerintah dan lembaga non-profit lainnya), pengertian berhasil bisa berupa misalnya, seberapa besar penyerapan tenaga kerjanya, pemanfaatan sumber daya yang melimpah ditempat tersebut, dan faktor-faktor lain yang dipertimbangkan terutama manfaatnya bagi masyarakat luas.

Studi kelayakan usaha menilai keberhasilan suatu usaha dalam satu keseluruhan sehingga semua faktor harus dipertimbangkan dalam suatu analisis terpadu yang meliputi faktor-faktor yang berkenaan dengan aspek teknis, pasar, keuangan, manajemen, hukum serta manfaat proyek bagi ekonomi nasional. Penjelasan secara ringkas aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut :

1. Aspek teknis berkenaan dengan kebutuhan dan penyediaan tenaga kerja, kebutuhan fasilitas infrastuktur dan faktor-faktor produksi lainnya.
2. Aspek pasar berkenaan dengan kesempatan pasar yang ada dan prospeknya serta strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk atau jasa.
3. Aspek keuangan ditinjau dari profitabilitas komersial dan kemampuan memenuhi kebutuhan dana dan segala konsekuensinya.
4. Aspek Manajemen, menilai kualitas dan kemampuan orang-orang yang akan menangani usaha.
5. Aspek hukum meliputi segala aspek hukum yang relevan bagi kelangsungan usaha.

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **Analisis produksi**

Aneka ragam makanan olahan berbahan buah mangrove sebenarnya sudah banyak diproduksi oleh masyarakat, terutama masyarakat pesisiran, namun demikian kapasitas produksinya masih terbatas dan dalam skala kecil, atau mangrove digunakan sebagai bahan makanan pengganti disaat terjadi krisis makanan pokok. Penelitian yang dilakukan Momoribo (2003) pada masyarakat kampung Rayori, distrik Supriyori Selatan, Kampung Biak Numfor memberikan informasi bahwa masyarakat telah memanfaatkan buah mangrove untuk dimakan terutama jenis *Bruguire gymnorhiza* yang buahnya diolah menjadi kue. Penduduk yang tinggal di daerah pesisir pantai atau sekitar hutan mangrove seperti muara Angke Jakarta dan Teluk Balikpapan secara tradisional pun ternyata telah mengkonsumsi beberapa jenis buah mangrove sebagai sayuran seperti *Rhizophora*, *Acrostichum aureum* (Kerakas) dan *Sesbania grandiflora* (Turi), *B.gymnorhiza* atau biasa disebut Lindur, dikonsumsi dengan cara mencampurkannya dengan nasi sedangkan buah *A. alba* (api-api) dapat diolah menjadi kripik. Buah *Sonneratia* (pedada) diolah menjadi sirup dan permen (Haryono, 2004). Begitu pula disebagian wilayah Timor Barat, Flores, Sumba, Sabu dan Alor, masyarakat menggunakan buah mangrove sebagai pengganti beras dan jagung pada waktu terjadi krisis pangan (Fortuna, 2005).

Sejalan dengan tujuan pemerintah menyelamatkan daerah pesisir pantai melalui budidaya tanaman mangrove, masyarakat mulai tertarik memanfaatkan buah mangrove sebagai peluang bisnis alternative untuk meningkatkan

pendapatan keluarga. Di berbagai media informasi dapat ditemukan aneka produk makanan olahan mangrove seperti sirup, kripik, jenang, kue brownis, krupuk, dan tepung. Misalnya yang dilakukan oleh kelompok Tunas Muda, yang merupakan kelompok istri-istri petani nelayan di Medan telah menggunakan mangrove sebagai sumber bahan makanan olahan seperti kerupuk jeruju, peyek jeruju, kue gabus jeruju, dan akar ali-ali.

Dari banyaknya produksi makanan olahan berbahan baku mangrove ini, mengindikasikan bahwa mangrove merupakan komoditas yang feasible untuk dikembangkan sebagai sumber bahan baku alternative guna mendukung ketahanan pangan, dan peluang bisnis alternative masyarakat, khususnya masyarakat pesisir pantai yang terdapat pengembangan budidaya tanaman mangrove dalam menambah pendapatan. Disamping fungsi utama tanaman mangrove sebagai penyelamatan lingkungan pantai.

Dari hasil pengamatan, studi literature dan wawancara dengan dinas perikanan kelautan Kota Pekalongan, bahwa di Kota Pekalongan telah beberapa kali memanfaatkan buah mangrove sebagai bahan utama pembuatan sirup, dan hasil ini sesekali dipublikasikan di pameran-pameran daerah, namun demikian sirup olahan mangrove ini belum diproduksi secara masal oleh masyarakat Kota Pekalongan. Hasil produk sirup olahannya pun belum di uji secara laboratorium akan kandungan proteinnya. Disamping itu produk makanan olahan mangrove juga belum di kenal luas oleh masyarakat, karena produk makanan olahan mangrove ini masih jarang ditemukan di pasar, baik di toko-toko, outlet-outlet, pasar tradisional maupun pasar modern.

Belum dimanfaatkannya buah mangrove sebagai produk makanan olahan, karena keterbatasan sumber bahan baku mangrove di Kota Pekalongan dan sekitarnya. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan pelestarian dan pengembangan budidaya tanaman mangrove di Kota Pekalongan, maka ke depan masyarakat Kota Pekalongan, terutama masyarakat pesisir pantai dapat memanfaatkan mangrove sebagai sumber bahan makanan olahan yang selanjutnya digunakan sebagai peluang bisnis untuk menambah penghasilan keluarga. Artinya dari aspek produksi, aneka makanan olahan mangrove sangat feasible untuk dijadikan sebagai bahan makanan olahan dan peluang bisnis alternative.

Dalam kegiatan ini uji coba produksi adalah makanan olahan sirup dan kripik mangrove. Pilihan pada kedua produk ini, karena alasan kemudahan dalam

pembuatannya serta alasan kebiasaan masyarakat "ngemil" makanan olahan ringan seperti kripik.

Berikut adalah bahan utama dan cara pembuatan makanan olahan mangrove kripik dan sirup:

1. Jenang Dodol
  - a. Bahan :
    - 1) Buah mangrove pedada
    - 2) Tepung beras
    - 3) Tepung ketan
    - 4) Buah kelapa
    - 5) Gula Merah
    - 6) Garam
  - b. Cara membuatnya:
    - 1) Blender daging pedada lalu disaring diambil airnya saja
    - 2) Campur tepung beras dan ketan, lalu aduk dengan air santan hingga rata, masukkan gula merah yang sudah dicairkan, lalu masukkan adonan hingga kental
    - 3) Bias dibentuk cetakan sesuai selera
    - 4) Setelah dingin, siap dihidangkan
2. Sirup mangrove
  - a. Bahan :
    - 1) Buah mangrove yang telah matang, diambil daging buahnya, lalu digiling halus
    - 2) Gula pasir
    - 3) Asam sitrat/zitrunzuur
    - 4) Asam benzoate
  - b. Cara membuatnya
    - 1) Rebus buah mangrove, lalu digiling digiling dengan gula pasir dan asam sitrat sampaimendidih maksimal, sambil aduk lalu angkat dari api.
    - 2) Jika sudah dingi, masukan asam benzoate apabila diperlukan pengawetan yang lebih lama.
    - 3) Untuk pengemasan, rebus botol supaya steril, lalu diinginkan
    - 4) Kemas sirup dalam botol dengan tutup rapat.

## **2. Analisa kelayakan Usaha**

### **1) Analisis Usaha Jenang Dodol**

Dari hasil Analisis kelayakan usaha jenang dodol berbahan baku buah mangrove jenis pedada adalah sangat prospektif untuk dilakukan. Dengan bermodal Rp. 134.650 mampu menghasilkan jenang dodol sebanyak 12 pak yang masing-masing berisikan 20 buah. Bila industri rumah tangga

menjual dengan harga Rp. 15.000/ pak, maka produsen akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 180.000. Dengan demikian produsen akan memperoleh laba sebanyak Rp. 45.350,-.

Dilihat dari analisis Benefit-Cost Ratio (B/C) diperoleh angka yang positif, yaitu sebesar 1,34, artinya bahwa setiap penambahan biaya sebesar Rp. 1,- akan menghasilkan manfaat sebesar Rp. 1,34,-. Dilihat dari Break Even Point (BEP), produsen akan memperoleh BEP pada volume produksi sebanyak 7,9 pak atau harga Rp. 13,645,-/ pak. Sementara itu jika dari analisis pengembalian modal diperoleh angka senilai 2,97, hal ini mengindikasikan bahwa modal yang digunakan akan kembali dalam 2,97 kali pembuatan. Dan dalam analisa efisiensi modal diperoleh angka senilai 33,68, artinya bahwa keuntungan yang diperoleh produsen dalam sekali produksi sebesar 33,68% dari total biaya yang dikeluarkan.

## **2). Analisis Usaha Sirup**

Dari hasil Analisis kelayakan usaha sirup berbahan baku buah mangrove jenis pedada adalah sangat prospektif untuk dilakukan. Dengan bermodal Rp. 163.025 mampu menghasilkan sirup sebanyak 20 botol.. Bila industri rumah tangga menjual dengan harga Rp. 15.000/ botol, maka produsen akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 300.000. Dengan demikian produsen akan memperoleh laba sebanyak Rp. 136.975,-.

Dilihat dari analisis Benefit-Cost Ratio (B/C) diperoleh angka yang positif, yaitu sebesar 1,84, artinya bahwa setiap penambahan biaya sebesar Rp. 1,- akan menghasilkan manfaat sebesar Rp. 1,84,-. Dilihat dari Break Even Point (BEP), produsen akan memperoleh BEP pada volume produksi sebanyak 9,59 pak atau harga Rp. 8,151,-/ botol. Sementara itu jika dari analisis pengembalian modal diperoleh angka senilai 1,19, hal ini mengindikasikan bahwa modal yang digunakan akan kembali dalam 1,19 kali pembuatan. Dan dalam analisa efisiensi modal diperoleh angka senilai 84,02, artinya bahwa keuntungan yang diperoleh produsen dalam sekali produksi sebesar 84,02 % dari total biaya yang dikeluarkan.

## **3. Analisis Pemasaran:**

Aneka makanan olahan mangrove merupakan bisnis yang menarik untuk dikembangkan, pasarnya pun sangat bervariasi dari skala lokal hingga internasional. Hal ini tidak lepas dari manajemen pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. misalnya aneka produk dari UKM Griya

Tiara Kusuma adalah contoh dari produk aneka olahan mangrove telah mencapai pasar dunia.

Aspek pemasaran merupakan aspek penting dalam seluruh rangkaian usaha perusahaan, banyak orang dapat berproduksi, tetapi senantiasa terkendala dalam pemasarannya. Pada tataran teoritis strategi pemasaran dikenal bauran pemasaran (marketing mix) yang memadukan empat unsure pemasaran, yaitu strategi harga (Price), Strategi Produk (product), strategi distribusi (place), dan Strategi Promosi (promotion).

Penerapan strategi harga, penetapan harga sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh biaya produk termasuk didalamnya kemasan produk, serta dimana suatu produk di pasarkan. Penetapan harga di pasar tradisional tentu akan menjadi berbeda dengan di pasar modern atau swalayan. Misalnya penetapan harga yang dilakukan oleh kelompok Tunas Muda di Medan, mereka hanya mematok harga sebesar Rp. 5.000 s/d 10.000 per kilo untuk produksi olahan jenis krupuk kerupuk jeruju. Hal ini karena kemasan dan tempat pemasarannya hanya masih sederhana dan terbatas di kampung nelayan dan warung-warung setempat.

Penerapan strategi kemasan, unsure kemasan menjadi penting sebagai pemikat dan daya tarik serta menaikkan harga jual produk. Dari sisi produk dan kemasan, variasi produk serta pengemasan aneka makanan olahan mangrove yang beredar di pasar sudah sangat baik dan marketable. pengemasan produk ini tentu akan menjadi daya tarik konsumen dan mendorong minat konsumen untuk membeli produk.

Jalur pemasaran atau distribusi merupakan simpul penting dalam usaha aneka makanan olahan, efektifitas system pemasaran berperan penting dalam keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil studi literatur produsen memasarkan menggunakan jalur tiga cara yaitu a. cara langsung, cara perantara, dan kombinasi keduanya. Distribusi cara langsung adalah distribusi produk langsung dari produsen langsung ke konsumen. produsen menjual langsung produknya ke tempat penjualan seperti outlet atau warung. Pola ini pemasarannya hanya berkisar pada lokasi. Sementara jalur perantara produsen memiliki pemesanan langsung dari agen penjual yang berada di luar daerah dimana produk makanan olahan diproduksi. Sedangkan jalur kombinasi adalah produsen menjual langsung sekaligus mempekerjakan tenaga pemasar dan mengirimkan produknya ke kota-kota lain untuk mendapatkan pemasarnya atau pesanan dalam jumlah yang besar dan harga yang baik . para

tersebut akan menjual produknya ke rumah-rumah makan atau konsumen secara langsung.

Penerapan strategi Promosi, promosi adalah bagian dari strategi pemasaran yang mendukung keberhasilan usaha. Tujuan promosi adalah (a) untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, (b) memberikan daya tarik kepada konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, dan (c) menjaga hubungan baik dengan konsumen. Promosi dapat dilakukan (1) periklanan, (2) publikasi atau pemberitaan, (3) menggunakan tenaga pemasaran (personal selling), dan (4) promosi penjualan. Dalam bisnis makanan olahan mangrove promosi yang banyak dilakukan adalah strategi publikasi atau pemberitaan dan sebagian adalah tenaga pemasaran. Konsumen dalam hal ini banyak mengenal adanya aneka produk olahan mangrove melalui jejaring social seperti face book, blog, dan situs resmi instansi pemerintah atau swasta.

#### KESIMPULAN

1. Dilihat dari hasil kelayakan usaha, bahwa usaha makanan olahan buah mangrove layak untuk dilakukan oleh industry rumah tangga, baik produk jenang dodol maupun produk sirup.
2. Adanya program budidaya mangrove di Kota Pekalongan menjadikan usaha makanan olahan berbahan baku mangrove layak diproduksi dan kontinyu.
3. Banyak industry rumah tangga yang menjalankan usaha makanan olahan berbahan baku mangrove masih didasarkan pada pesanan,
4. Konsumen mengenal produk melalui media jejaring social seperti face book, blog, dan situs resmi instansi pemerintah atau swasta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aris Priyono, dkk, 2010, Beragam Produk Olahan Berbahan Dasar Mangrove, KeSemat, Semarang
- Edy Prasetyo dan Mukson, 2003, Kajian Pemasaran Produk Olahan di beberapa kabupaten di Jawa Tengah, Undip. Semarang
- Hery Purnobasuki, Potensi Mangrove sebagai Tanaman Obat, [www.irwantoshut.com](http://www.irwantoshut.com)

Kotler, Philip. 1991. *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall, Incorporated.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.

Kotler, Philip & Amstronng, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Swasta, Basu dan Handoko, T.Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Liberty. Yogyakarta.

Usni Arie 2012, Panen Bawal 40 hari, Penebar Swadaya, Depok