

## Strategi Pengembangan Usaha Pada Komoditas Buah Naga Di Kabupaten Sinjai

Shofiana Syam<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Manajemen, Politeknik Informatika Nasional

Email Correspondensi: [shofianasyam83@gmail.com](mailto:shofianasyam83@gmail.com)

---

### Artikel info

---

#### Artikel history:

Received; 12 Aug 2019

Revised: 18 Oct 2019

Accepted; 27 Oct 2019

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Potensi Pengembangan Usaha pada Komoditas Buah Naga di Kabupaten Sinjai, Peluang Pasar dan Strategi Pengembangan Usaha pada Komoditas Buah Naga di Kabupaten Sinjai. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, potensi pengembangan usaha komoditas buah naga terbilang cukup menjanjikan serta didukung oleh banyaknya lahan kosong yang tak terpakai, peluang pasar untuk komoditas buah naga sangat terbuka lebar ditandai dengan banyaknya permintaan pasar untuk buah naga dan strategi Pengembangan usaha yang digunakan ada empat yaitu: Penetrasi Pasar, Perluasan Pasar, Pengembangan Produk dan Diversifikasi Produk. Ke empat Strategi tersebut telah digunakan dan berjalan dengan baik sehingga mampu menambah omzet penjualan, walaupun ada sedikit kendala namun ke empat strategi tersebut diyakini sangat efektif.

---

#### Keywords:

*Strategi;*

*Pengembangan*

*Usaha;*



artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY -4.0

---

## PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai keunggulan komparatif sebagai Negara agraris dan maritim. Selama ini, kegiatan ekonomi yang memanfaatkan keunggulan komparatif tersebut telah berkembang di Indonesia yang merupakan salah satu subsistem agribisnis. Pembangunan ekonomi yang berbasis kerakyatan, tidak berarti mengesampingkan pemanfaatan sumber daya modal dan teknologi, serta manajemen modern. Modal, teknologi, serta manajemen modern sangat diperlukan, tetapi pemanfaatan sumber daya alam melalui kerangka pendayagunaan kemampuan sumber daya manusia. Sumber daya import juga tetap diperlukan, tetapi penggunaannya harus tetap hati-hati dan disesuaikan dengan upaya memperkuat kemampuan kemampuan sumberdaya manusia dan sumber daya alam domestik.

Pembangunan pertanian saat ini telah memasuki era baru yaitu dengan lebih mencerminkan keterkaitan yang dengan sektor lainnya. Sektor pertanian merupakan salah satu

sektor yang menjadi penopang perekonomian di Indonesia. Pembangunan Nasional Sangat dipengaruhi oleh sektor pertanian karena sektor tersebut berperan sebagai penggerak pembangunan. Pengembangan pertanian dimasa yang akan depan akan dititik beratkan pada usaha agribisnis diberbagai skala, baik skala keluarga, skala menengah maupun skala besar. Penerapan pendekatan yang berbasis agribisnis tersebut dilakukan dengan cara memanfaatkan secara optimal sumber daya pertanian dalam suatu kawasan ekosistem.

Pengembangan usaha agribisnis terutama komoditas hortikultura sangatlah tepat karena produk ini memiliki nilai tambah yang besar dan pasar yang terus berkembang setiap tahunnya. Hal tersebut didukung oleh sifat komoditas buah - buahan yang *responsive* terhadap teknologi baru sehingga akan lebih muda dalam pengembangannya. Pengembangan agribisnis tersebut sangatlah potensial dengan program yang dijalankan oleh pemerintah yaitu pembangunan pertanian modern dengan petani sebagai salah satu pengelola usaha taninya dituntut lebih mengarah kepada orientasi bisnis walaupun belum optimal. Salah satu tanaman hortikultura yang dapat dikembangkan dalam agribisnis yaitu tanaman buah naga.

Buah naga (*dragon fruit*) merupakan buah berdaging segar dari kaktus merambat berasal dari Benua Amerika tropik. Buah ini di Indonesia masih tergolong baru, namu telah mendapatkan tempat dan harga yang baik di pasaran karena tanaman buah naga sangat bagus dibudidayakan di daerah tropis seperti di Indonesia. Tanaman buah naga ini masuk ke Indonesia sejak tahun 2000 sehingga masih banyak yang belum membudidayakannya.

Jenis buah naga yang sudah dibudidayakan di Indonesia antara lain buah naga dang putih (*Hylocereus undatus*), buah naga daging merah (*Hylocereus polyrhizus*), buah naga daging super merah (*Hylocereus costaricensis*), dan buah naga kulit kuning daging putih (*selenicereus megalanthus*).

Hingga saat ini kebutuhan akan buah naga Indonesia cukup besar dan bukan hanya pasar lokal saja. Peluang ekspor masih terbuka lebar untuk buah naga ini, namun kebutuhan yang besar tersebut belum mampu dipenuhi oleh produksi dalam negeri karena Indonesia dalam kondisi yang cukup sulit memenuhi peluang pasar dan adanya hal - hal yang berhubungan dengan iklim investasi yang cenderung lesuh.

Usaha perkebunan buah naga di Kabupaten Sinjai banyak menarik minat petani untuk mengembangkannya karena keunggulan yang dimilikinya. Keunggulan tersebut diantaranya adalah nilai gizi yang tinggi, nilai ekonomis yang tinggi, serta peluang pasar yang masih terbuka. Selain itu, ketertarikan petani sekitar juga disebabkan adanya permintaan pasar yang semakin meningkat dan ingin memanfaatkan tanah atau lahan kosong yang sudah dimilikinya

Kabupaten Sinjai secara geografis merupakan daerah yang subur dan memiliki potensi yang besar bagi peningkatan pengembangan produk pertanian, karena hampir semua komoditas tanaman pangan dan hortikultura dapat tumbuh dan berkembang. Dukungan kekayaan sumber daya alam yang melimpah serta permintaan pasar yang tinggi menempatkan komoditas hortikultura sebagai produk dengan nilai ekonomi tinggi, sehingga usaha hortikultura menjadi sumber pendapatan petani dan pelaku usaha lainnya dari skala mikro hingga makro disebagian besar wilayah Kabupaten Sinjai.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep Strategi

Dalam dunia bisnis Strategi didefinisikan sebagai proses penentuan arah dan tujuan jangka panjang organisasi melalui upaya pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya organisasi secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar dan pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Menurut Marrus diacu dalam Umar (2008) mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Menurut Hamel dan Prahalad diacu dalam Umar (2008) mendefinisikan strategi lebih khusus yaitu strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan

terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*Core Competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan. Setiap perusahaan selalu dihadapkan dengan lingkungan yang selalu berubah-ubah. Oleh sebab itu kepekaan terhadap perubahan lingkungan serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan perlu dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Pambudy diacu dalam Sumiati (2009), salah satu komponen utama dalam menyeimbang struktur usaha nasional adalah mengembangkan pengusaha kecil yang berorientasi produksi menjadi pengusaha-pengusaha kecil berorientasi bisnis atau berwawasan wirausaha. Pengusaha-pengusaha kecil yang mampu mengikuti peluang dan perubahan situasi sebagai faktor penentu kegiatan usahanya, terutama perubahan situasi pasar yang mengarah pada pasar global. Pengusaha kecil akan selalu dihadapkan pada berbagai kendala keterbatasan, khususnya keterbatasan skala usaha, manajemen usaha, modal, teknologi, keterampilan berusaha, dan pemasaran produk.

### **Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan dan implementasi dari pertumbuhan usaha. Menurut Mahmud Mach Foedz , Pengembangan Usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Brown dan Petrelo, Pengembangan Usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, apabilakebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Menurut Steinfeld, Pengembangan Usaha adalah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hokum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha. Menurut Hughes dan Kapoor, Pengembang Usaha adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan. Menurut Mussleman dan Jackson, Pengembangan Usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan di organisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut. Pertanian dalam arti sempit dirumuskan sebagai suatu usaha pertanian yang dikelola oleh keluarga petani untuk memproduksi bahan makanan utama seperti beras, palawija, dan hortikultura yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Suatu usahatani dikatakan berhasil jika secara minimal dapat memenuhi syarat-syarat sebagai berikut (Mubyarto, 1989):

1. Usahatani harus dapat menghasilkan pendapatan untuk membayar semua alat yang diperlukan.
2. Usahatani harus dapat menghasilkan pendapatan yang dapat dipergunakan, baik modal sendiri maupun modal yang dipinjam dari pihak lain.
3. Usahatani harus membayar upah tenaga petani dan keluarga secara layak.
4. Usahatani tersebut paling sedikit berada pada pihak semula.
5. Usahatani harus dapat membayar upah tenaga kerja petani sebagai sumber manajer yang mengambil keputusan mengenai apa saja yang akan dijalankan.

### **Buah Naga**

Buah Naga termasuk dalam golongan Kaktus, berasal dari Mexico (Amerika Tengah) dan Amerika Utara bagian selatan. Namun menurut Kristanto (2010) tanaman ini lebih banyak dikenal sebagai tanaman dari Asia karena budidaya besar-besaran dilakukan di Asiyaitu di Vietnam dan Thailand. Di negara asalnya, Mexico, tanaman ini dikenal dengan nama Pitahaya

atau Pitaya Roja. Nama *Dragon Fruit* berasal dari kebiasaan Cina kuno yang meletakkan buah ini di meja altar antara dua patung naga.

Jenis-jenis buah naga yang biasa dibudidayakan

1. Buah naga berdaging putih (*hylocereus undatus*)
2. Buah naga berdaging merah (*hylocereus polyrhizus*)
3. Buah naga berdaging super merah (*hylocereus costaricensis*)
4. Buah naga kulit kuning daging putih (*Salenicereus megalanthus*)

Perubahan suhu dan sinar matahari memberikan rangsangan pada kuncup bunga untuk mekar. Bunga mekar pada sore hari dan mekar penuh pada malam hari. Bunga yang mekar akan berbentuk seperti corong dengan benang sari ditengah berwarna kuning. Buah Naga berbentuk bulat agak panjang, berdaging dengan jumbai atau sisik berwarna hijau. Tebal kulit buah 2-3 cm. Letak buah berada diujung cabang atau batang, dalam satu batang bisa terdapat lebih dari satu buah. Biji berwarna hitam, bulat tipis dan jumlahnya bisa mencapai 1200-1300 per buah dengan harga bisa mencapai Rp. 20.000/kg (Warisno, dkk. 2010).

**Table 1. Kandungan gizi dan nutrisi buah naga**

Nutrisi	Jumlah
Kadar gula	13-18 brik
Air	90,20%
Karbohidrat	11,5 g
Protein	0,53 g
Asam	0,139 g
Serat	0,71 g
Fosfor	8,7 mg
Magnesium	60,4 mg
Kalsium	135,5 mg
Vitamin C	9,4 mg

Sumber : Yuliarti, 2012

Kandungan Nutrisidan gizi buah naga dapat bermanfaat bagi kesehatan manusia diantaranya: penyeimbang gula darah, menurunkan kolesterol, pencegah kanker usus, pelindung kesehatan mulut, pencegah pendarahan, mengatasi keputihan dan untuk kecantikan kulit. Disamping itu dalam buah naga tidak lemak dan kolesterol.dalam biji buah naga yang hitam mengandung lemak tak jenuh ganda (omega 3 dan omega 6) yang dapat menurunkan gangguan kardiovaskular. Kardiosvaskular merupakan penyebab utama gangguan pada sistem jantung dan pembuluh darah.

## METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yakni untuk mengetahui perkembangan usaha komoditas buah Naga di Kabupaten Sinjai. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan mulai April sampai Mei 2019. Fokus penelitian ini bagaimana potensi pengembangan usaha komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai, peluang pasar dan strategi pengembangan usaha. Penulis fokuskan penelitian pada bagian strategi pengembangan usaha. Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan studi lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi pengembangan usaha komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai

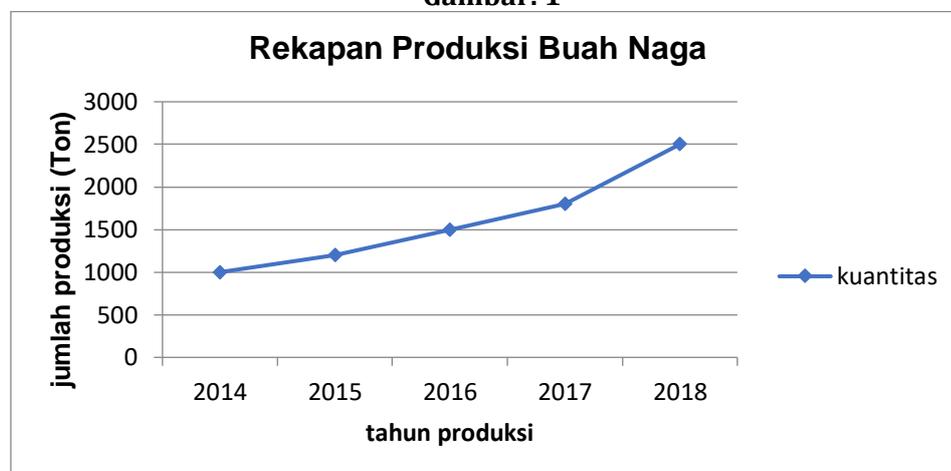
Buah naga merupakan salah satu komoditi hortikultura yang ada di Kabupaten Sinjai. Buah naga asal Sinjai saat ini menjadi komoditi hortikultura yang laris manis diburu. Sejumlah pasar di luar daerah Kabupaten Sinjai seperti Makassar, Bone, Bulukumba dan Pare-Pare menjadi pelanggan tetap penikmat buah yang bermanfaat bagi kesehatan in. Potensi pasar

yang bergairah dimanfaatkan para petani buah naga di Kabupaten Sinjai. Buah naga asal Sinjai, miliki keunggulan yang ukurannya lebih besar dan cita rasa yang lebih manis ketimbang dengan buah naga asal daerah lain. Sebab itulah buah naga asal Sinjai jadi primadona.

Salah satu jenis buah naga yang banyak dibudidayakan oleh petani di Kabupaten Sinjai adalah buah naga daging merah. Buah naga merah merupakan komoditas hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan karena usaha tani buah naga telah terbukti memberikan keuntungan yang tinggi secara komersial, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan petani. Permintaan pasar dalam negeri terhadap buah naga dari tahun ke tahun semakin meningkat, seiring pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan/daya beli konsumen serta berkembangnya perspektif mengenai pentingnya pemenuhan gizi masyarakat.

Buah naga memiliki aneka manfaat dan kegunaan, baik dari aspek gizi dan kesehatan, religi, estetika, dan ekonomi. Buah naga mengandung banyak zat gizi terutama vitamin dan mineral esensial. Beberapa jenis buah naga (daging merah) juga banyak mengandung antioksidan yang baik untuk mencegah penyakit kanker. Beberapa kandungan buah naga yang penting bagi kesehatan antara lain vitamin C, kalsium, fosfor, serta serat. Vitamin C paling tinggi terdapat pada buah naga putih jenis *Hylocereus undatus*. Kandungan fosfor dan serat yang paling tinggi terdapat pada *Hylocereus polyrhizus*, atau lebih dikenal sebagai buah naga merah, sedangkan kandungan kalsium paling tinggi terdapat pada buah naga kuning (*Selenicereus megalanthus*), jenis ini jarang ditanam di Indonesia. Buah naga dapat digunakan untuk mengatasi atau mencegah penyakit kanker usus besar, diabetes, hipertensi, osteoporosis, ginjal, menurunkan kolesterol, dan sebagainya. Mengonsumsi buah naga secara rutin dapat menghindarkan kita dari serangan penyakit-penyakit tersebut. Buah naga juga banyak yang dimanfaatkan untuk kegiatan religi.

Gambar. 1



Sumber : Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kabupaten Sinjai

Berdasarkan gambar perkembangan produksi Buah Naga di atas menunjukkan peningkatan setiap tahunnya sehingga Komoditas Buah Naga memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Sinjai.

#### 1.1 Peluang pasar komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai

Kabupaten Sinjai menjadi daerah penghasil buah naga. Lahan buah naga banyak tersebar di daerah Kabupaten Sinjai. Buah naga yang ditanam oleh petani di Sinjai dalam perlakuannya ada dua jenis, yaitu buah naga organik dan buah naga anorganik. Buah naga organik, maksudnya dalam hal pemupukan para petani menggunakan pupuk organik atau pupuk kandang. pupuk kandang yang digunakan lebih banyak menggunakan kotoran kambing. Sedangkan Buah naga anorganik, adalah buah naga yang pemupukannya menggunakan pupuk kimia pabrik. Jenis buah naga yang ditanam oleh petani di Sinjai ada dua macam, antara lain buah naga daging merah dan buah naga daging putih.

Luas lahan perkebunan buah naga di Kabupaten Sinjai, mencapai 450,5 hektar. Khusus Kecamatan Tellulimpoe luasnya 250 hektar, dan di Kecamatan Sinjai Timur luasnya 100,5 hektar. Produktivitas tanaman buah yang juga dikenal sebagai buah dewa ini, perhektarnya mencapai 20 ton.

Kecamatan Tellulimpoe, menjadi penghasil buah naga terbesar dengan total produksi 1.500 ton per tahun. Buah naga tersebut selain memenuhi pasar lokal Sinjai, juga tersebar ke Daerah Makassar, Bone, Bulukumba dan Pare-Pare. Besarnya produksi buah naga itu juga seiring dengan peningkatan pendapatan yang signifikan bagi para petani. Harga buah naga di pasaran lebih terkontrol karena buah naga lebih tahan lama jika dibandingkan dengan komoditas lain seperti cabai atau tomat. Kondisi iklim dan keadaan tekstur tanah di Indonesia mendukung untuk pengembangan agribisnis buah naga. Komoditas ini mempunyai prospek yang cerah untuk peluang komoditas ekspor dan pasarnya masih terbuka lebar serta memiliki potensi yang sangat baik dikembangkan di Indonesia

Menurut bapak Arifuddin peluang pasar untuk komoditas buah naga sangat terbuka lebar karena buah naga ini memiliki banyak peminat selain rasanya yang manis dan segar, buah ini juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan sehingga permintaan pasar meningkat.

a. Strategi pengembangan Usaha Komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyatakan bahwa Strategi Pengembangan Usaha yang digunakan petani di Kabupaten Sinjai ada 4 (empat) yaitu :

b. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar dilakukan dengan menjual jenis produk lama dalam jumlah besar ke pasar yang lama, jika produksi ditingkatkan jumlahnya, produk tersebut dapat disepa oleh pasar yang ada. Jika memang permintaan pasar yang dapat diambil ternyata lebih besar dari produksi, pengelola harus tanggap dan segera memanfaatkannya. Jika tidak, berarti akan memberikan peluang bagi pesaing untuk memanfaatkan kesempatan tersebut. Maka dari itu penelitian pasar perlu dilakukan secara terus menerus dan teratur.

Penetrasi pasar berusaha mencapai 4 tujuan utama:

- 1) Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar produk ini, hal ini dapat dikombinasi dari strategi yang kompetitif, iklan, promosi penjualan dan mungkin lebih banyak sumber daya pribadi yang didedikasikan untuk menjual.
- 2) Aman dari dominasi pertumbuhan pasar.
- 3) Restrukturisasi pasar yang matang oleh manuver dari competitor, ini akan memerlukan agresifitas kampanye promosi yang gencar, didukung oleh sebuah strategi harga yang dirancang untuk membuat pasar kurang menarik bagi competitor
- 4) Meningkatkan penggunaan oleh pelanggan yang ada, contohnya memperkenalkan program loyalitas konsumen.

Menurut Bapak Arifuddi penetrasi pasar sangat penting dalam sebuah usaha karena ini menyangkut sebuah penjualan produk, dan jika tidak melakukan penetrasi pasar maka sama halnya kita memberikan peluang pesaing untuk memanfaatkan kesempatan tersebut, jadi perlu dilakukan penelitian pasar secara teratur. Penelitian pasar dilakukan 2-3 kali dalam sebulan selama masa panen berlangsung dan menurutnya strategi ini sangat efektif karena mendorong volume penjualan dan permintaan pasar.

c. Strategi Perluasan Pasar

Strategi perluasan pasar berarti harus mencari wilayah pasar yang baru untuk produk yang lama. Perluasan pasar dapat merupakan upaya untuk memasarkan kelebihan hasil produksi yang tidak terserap oleh pasar yang lama.

Perluasan pasar biasanya dimaksudkan untuk pengembangan perusahaan. Langkah pertama dalam perluasan pasar yaitu menjajaki wilayah pasar yang mungkin dapat dijangkau. Ada banyak untuk mengaplikasikan strategi ini termasuk :

- 1) Geografis pasar baru misalnya produk ekspor ke negara yang baru
- 2) Dimensi atau kemasan produk yang baru
- 3) Saluran distribusi yang baru
- 4) Menerapkan kebijakan harga yang berbeda untuk menarik pelanggan baru atau membuat segmen pasar baru.

Menurut Bapak Arifuddin perluasan pasar sangat penting dalam usaha ini karena dengan adanya perluasan pasar kami dapat mendistribusikan produk buah naga bukan hanya di wilayah Kabupaten Sinjai saja tetapi diluar Kabupaten Sinjai juga.

Saat ini buah naga yang dihasilkan bukan cuma dipasarkan di Kabupaten Sinjai tetapi sudah tersebar luas di beberapa Daerah Seperti Makassar, Bone, Bulukumba dan Pare-Pare. Menurutnya strategi ini cukup efektif karena dengan strategi ini buah naga kami dapat dikenali oleh konsumen di Kabupaten Sinjai dan luar daerah Kabupaten Sinjai serta menambah omset penjualan.

d. Strategi pengembangan produk.

Strategi pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan perusahaan melalui perbaikan bentuk, penyederhanaan, pembentukan kembali, menambah desain atau model dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan. Strategi pengembangan produk akan menyangkut pasar dan produk secara langsung. Jika situasi produk memungkinkan bagi produk yang baru, strategi pengembangan produk dapat dilakukan. Produk yang ditawarkan bukanlah produk yang lama tetapi produk baru atau produk yang di perbaharui. Dalam menetapkan strategi ini bukanlah perkembangan hasil penjualan dari tahun ke tahun yang digunakan untuk ramalan permintaan pasar karena termasuk jenis produk baru atau diperbaharui. Semua perkiraan permintaan pasar harus didasarkan atas informasi hasil penelitian pasar.

Menurut Bapak Arifuddin strategi ini dapat mencegah konsumen merasa bosan dengan produk yang sudah ada.

Tujuan pengembangan produk adalah

- 1) Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
- 2) Untuk menambah omzet penjualan
- 3) Untuk memenangkan persaingan
- 4) Untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi
- 5) Untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama
- 6) Untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan
- 7) Untuk mencegah kebosanan konsumen
- 8) Untuk menyederhanakan produk, kemasan

2. Tahap – Tahap Pengembangan Produk

Agar pelaksanaan pengembangan produk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, perlu diperhatikan tahap-tahap dalam melaksanakan pengembangan produk. Menurut Kotler (2002: 382) tahap-tahap pengembangan produk terbagi menjadi delapan tahap yaitu :

- 2.1 Pemunculan Gagasan (*Idea Generation* )
- 2.2 Penyaringan Gagasan (*Idea Screening*)
- 2.3 Pengembangan dan Pengujian Konsep (*Concept Development and Testing*)
- 2.4 Pengembangan Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy Development*)

3. Analisis Bisnis (*Business Analysis*)

Analisis Bisnis dan finansial dilakukan untuk menguji kelayakan finansial dan bisnis dari konsep pengembangan produk baru. Disini dilakukan analisa terhadap sejumlah aspek, seperti proyeksi permintaan pasar, perkiraan biaya produksi dan peta persaingan.

4. Pengembangan Produk (*Product Development*)

Pengembangan produk mengkonversi ide produk baru menjadi bentuk fisik dan sekaligus mengidentifikasi pola strategi pemasaran yang akan diterapkan. Fase ini mencakup konstruksi produk, packaging, pemilihan brand, brand positioning, dan usage testing.

5. Pengujian Pasar (*Test Marketing*)

Fase ini mencakup konstruksi produk, packaging, pemilihan *brand, brand positioning*, dan *usage testing*. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kinerja produk dan efektivitas program pemasaran secara terbatas sebelum *a full-scale introduction*. Melalui uji pemasaran ini, perusahaan dapat melakukan observasi perilaku pelanggan secara aktual. Perusahaan juga dapat melihat reaksi yang dilakukan pesaing, dan juga respon dari para distribution channel members.

6. Komersialisasi (*Commercialization*)

Setelah pengujian selesai, perusahaan siap untuk mengenalkan produknya ke pasar yang ditargetkan secara *full scale*. Sejumlah aspek yang perlu dicermati dalam tahap komersialisasi adalah kecepatan penerimaan konsumen dan para distributor, intensitas distribusi (berapa banyak toko penyalur), kemampuan produksi, serta efektivitas promosi, strategi harga, dan reaksi persaingan.

Saat ini pengembangan produk yang dilakukan petani di Kabupaten Sinjai adalah pembudidayaan buah naga daging putih yang belum dikenal oleh masyarakat / konsumen. Ini merupakan suatu pembaruan dimana sebelumnya hanya buah naga daging merah yang di budidayakan.

Menurut Bapak Arifuddin belum ada kesulitan yang dia alami saat mengembangkan buah naga jenis ini." sampai saat ini belum ada karena pembudidayaan buah naga daging putih ini sama dengan pembudidayaan buah naga daging merah dan untuk soal rasa keduanya sama2 manis cuma yang membedakan warna dagingnya. Jadi konsumen tidak merasa asing". Dan menurutnya strategi ini cukup efektif untuk digunakan.

Menurut Bapak Arifuddin strategi ini hampir sama dengan strategi pengembangan produk cuma yang membedakan adalah produk yang diciptakan bukan dari produk yang sudah ada tapi menciptakan sebuah produk baru dan belum ada dipasaran. Dan produk yang beliau ciptakan adalah selai buah naga. Alasan penciptaan produk ini yaitu : beliau berfikir sewaktu waktu buah naga mengalami penurunan harga maka cara yang tepat untuk membuatnya bertahan lama adalah dengan dijadikan selai, Sehingga tidak terjadi kerugian. Saat ini pemasaran produk selai buah naga ini telah disebar ke pasar lokal di Kabupaten Sinjai dan di media sosial. Strategi ini cukup efektif karena dapat menunjang keberlangsungan produk dan menambah omset penjualan.

Ke empat strategi diatas telah digunakan dengan baik oleh petani buah naga di Kabupaten Sinjai dengan baik dan dianggap efektif.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pengembangan usaha komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

1. Potensi pengembangan usaha komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai terbilang cukup menjanjikan karena potensi pasar yang bergairah membuat para petani giat untuk mengembangkannya serta didukung dengan dengan banyaknya lahan kosong yang tak terpakai.

2. Peluang pasar komoditas buah naga di Kabupaten Sinjai sangat terbuka lebar, hal ini ditandai dengan banyaknya peminat buah naga di Kabupaten Sinjai dan bukannya hanya itu peminatnya juga berasal dari luar daerah seperti Makassar, Pare-Pare, Bone dan Bulukumba.
3. Para petani di Kabupaten Sinjai menggunakan 4 (empat) jenis Strategi untuk pengembangan usaha diantaranya: Penetrasi pasar, Perluasan pasar, Pengembangan produk dan Diversifikasi produk. Ke empat strategi ini sudah digunakan dengan baik dan sudah berjalan dengan baik sehingga dapat menambah omzet penjualan usaha mereka. Walaupun ada sedikit kendala namun ke empat strategi ini diyakini sangat efektif.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan penulis sesuai dengan hasil penelitian dan kondisi daerah penelitian adalah :

1. Kepada petani buah naga agar terus mengusahakan dan melakukan pengembangan usahatani buah naga karena usahatani di Kabupaten Sinjai memiliki tingkat keuntungan yang cukup tinggi dan memiliki daya saing serta jangan bosan untuk berinovasi.
2. Kepada pemerintah Kabupaten Sinjai diharapkan agar memberikan bantuan kepada petani untuk melakukan pengembangan usahatani yang baik agar usaha tani di Kabupaten Sinjai tetap berdaya saing dan memiliki prospek yang menjanjikan kedepannya

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Husein Umar. 2001. Strategi Manajemen in Action, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sulaeman, Suhendar. 2004. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dalam menghadapi Pasar Regional dan Global, Jakarta.
- Nasution, Darma Putra. 2001. Pengembangan Wirausaha Baru. Medan : Yayasan Humoniora & Asian Community Trust (ACT).
- Rumelt, Ricard P. 2014. Good Strategy/Bad Strategy. Jakarta : KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)
- ahmadfarismuharram.blogspot.com/2019/06/20/pengembangan-usaha.html*
- harrisfadillah.wordpress.com/2019/06/18/pengembangan-usaha/*
- ilmuuntukibadah.blogspot.com/2019/03/21*