Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 0000-0000

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

ANALISIS PROFIT DAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA DAGANG PISANG KEJU DI BANJARBARU

Profit Analysis and Marketing Strategy of Cheese Banana Trading Business in Banjarbaru

Edwin Thomas Ramadhany*, Luthfi, Nina Budiwati

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci
Profit; strategi Pemasaran; Pisang Keju; SWOT.

Korespondensi
Corresponding author
E-mail:
Edwinthomas126@gmail.com

Diterima: xx Juli 2021,
Disetujui: 9 Agustus 2021,
Diterbitkan: 1 September 2021

Pisang keju sebagai salah satu produk olahan umumnya dijual di pinggir jalan, sehingga perlu strategi pemasaran agar terjadi peningkatan jumlah yang dipasarkan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui biaya, penerimaan serta profit penjualan produk pisang keju, untuk mengetahui strategi pemasarannya, serta mengetahui permasalahan apa yang dihadapi usaha pisang keju di Banjabaru. Penelitian dilaksanakan di Kota Banjarbaru pada bulan September sampai Desember 2021. Pemilihan lokasi ini dilaksanakan dengan cara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan di Banjarbaru didapatkan sebanyak 50 orang penjual pisang keju. Penarikan contoh dalam penelitian ini dilaksanakan dengan metode *purposive sampling*. Untuk mengetahui biaya, penerimaan dan profit penjualan produk pisang keju menggunakan rumus ekonomi pertanian dan untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha pisang keju menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan penelitian, rata-rata biaya total usaha dagang pisang keju sebesar Rp 396.675,00 per hari dengan rata-rata penerimaan yang didapat sebesar Rp 510.000,00 per hari dan rata-rata profit sebesar Rp 113.325,00 per hari dengan penjualan pisang sebanyak 12,75 kg. Permasalahan yang dihadapi usaha pisang keju di Banjarbaru menyatakan tiga responden mempunyai masalah ketika menaiknya harga bahan baku mempengaruhi profit dari penjualan berkurang. Solusi dari permasalahan dengan cara merubah ukuran pisang keju menjadi sedikit lebih kecil atau mengurangi porsi pisang keju dalam 1 kotaknya. Empat responden mempunyai masalah ketika menghadapi pesanan yang meningkat sedangkan simpanan bahan produksi belum tersedia memenuhi permintaan tersebut, solusi dari permasalahan tersebut yaitu bisa bekerja sama dengan pemasok stok pisang yang berada di daerah Banjarbaru atau di luar daerah Banjarbaru. Tiga responden mempunyai masalah kurangnya keahlian dalam menggunakan media sosial sebagai upaya promosi produk yang dihasilkan, solusi dari permasahan tersebut yaitu dengan mengenalkan penggunaan fungsi media sosial dalam meningkatkan penjualan produk.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, pisang merupakan salah satu barang ekspor pokok, serta outputnya masih menduduki posisi utama dalam produksi buah negeri. Pada Tahun 2016- 2017, produksi pisang bertambah jadi 7.162.685 ton. Mengingat Indonesia masih mempunyai kemampuan pengembangan tumbuhan pisang yang besar, jumlah itu bisa selalu bertambah (Ario, 2010: 1). Buah- buahan termasuk pisang sudah banyak dibudidayakan oleh orang tani sebab tanah di Indonesia membuktikan kemampuan yang besar untuk pengembangan pisang (BPS Kalimantan Selatan, 2017: 60).

Komoditas pertanian di Indonesia sangat banyak jenisnya, Tumbuhan yang mudah berkembang dimana saja salah satunya pisang, maka tumbuhan ini gampang ditemui di Indonesia. Tumbuhan pisang ialah tumbuhan asli Asia Tenggara, apalagi sebagian surat mengatakan kalau pisang ialah tumbuhan asli dari Indonesia. Banyaknya bermacam tipe pisang di hutan asli pulau Indonesia meyakinkan perihal itu. Salah satu daerah memiliki produksi pisang yang besar adalah Kalimantan Selatan (Ario, 2015 : 63)

Pisang termasuk salah satu tumbuhan hortikultura terutama di dunia sebab kemampuan produksinya yang besar, serta ialah dagangan buah penting yang disantap di Indonesia, sebab pisang membantu 45% dari keseluruhan konsumsi buah. Di Indonesia ada kurang lebih 230 tipe pisang, serta keragaman yang besar ini membagikan kesempatan untuk Indonesia untuk memakai serta memilah tipe pisang yang diperlukan pelanggan. Tetapi, tidak seluruh tipe pisang ada di pasaran (Prabawati, 2008 : 1).

Salah satu usaha kecil di Banjarbaru merupakan pisang keju. *Banana cheese* ialah industri kecil yang memakai sistem pengerjaan konvensional yang memakai sarana apa adanya, tetapi sanggup bersaing dengan industri lain. Berdasarkan hasil data survei, usaha pembuatan pisang keju berbasis rumah tangga banyak dijumpai di Banjarbaru dengan diperoleh sebanyak 50 orang. Pisang keju tersebut kemudian dijual dengan menggunakan gerobak yang bisa ditemukan di sepanjang jalan di Banjarbaru, menimbulkan banyak produk dengan tipe serta wujud yang serupa, serta akan memunculkan kompetisi antar produk semacam similar. Berdasarkan fenomena tersebut maka diperlukan pemasaran produk yang lebih dengan menggunakan analisis profit dan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan usaha dagang pisang keju. Dengan latar belakang tadi, jadi penelitian ini fokus untuk mengetahui menganalisis profit dan strategi pemasaran untuk meningkatkan usaha dagang pisang keju dengan analisis SWOT di Banjarbaru.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui biaya total, penerimaan total dan profit penjualan produk pisang keju di Banjarbaru. (2) Mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada usaha pisang keju. (3) Mengetahui permasalahan yang dihadapi menyangkut usaha pisang keju di Banjabaru.

Tujuan penelitian ini terdapat tiga tujuan merupakan, satu untuk produsen, data perihal penjual keju pisang Banjarbaru. kedua untuk pemerintah, penelitian ini diharapkan bisa membagikan bantuan pandangan, estimasi serta penilaian kepada regulasi kebijaksanaan, khususnya dalam perihal nilai tambahan serta penjualan, ketiga untuk periset, selaku aplikasi dari filosofi yang didapat sepanjang kuliah ialah salah satu ketentuan untuk menambahkan ilmu serta pengalaman penulis, dan menuntut ilmu di Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada lima Kecamatan di Kota Banjarbaru yaitu di Cempaka, Banjabaru Selatan, Banjarbaru Utara, Landasan Ulin dan Liang Anggang. Pemilihan lokasi tersebut karena banyak yang menjual olahan pisang penelitian mulai dari bulan September 2020 sampai Desember 2020, mulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan sampai penyusunan laporan akhir

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh

melalui wawancara serta observasi langsung pada usaha dagang pisang keju di Kota Banjarbaru. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi perpustakaan, dari publikasi baik berupa *hardcopy* maupun jurnal *online* di internet. Publikasi *hardcopy* diperoleh dari Badan Pusat Statistik Pertanian Hortikultura Indonesia Kota Banjarbaru dan Dinas Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Kota Banjarbaru. Dalam penelitian ini menggunakan periode analisis 1 bulan (31 hari), yaitu Bulan Oktober 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan mengadakan pengamatan langsung dilapangan tentang usaha dagang pisang keju di Banjarbaru.

Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah jumlah pengusaha dagang pisang keju yang ada di Kota Banjarbaru. Pengambilan sampel dilaksanakan dengan metode *Purposive sampling*, yaitu menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti dalam memilih sampel. kriteria sampel yang diinginkan yaitu 10 sampel dari 50 populasi usaha dagang pisang keju yang terdiri dari 2 sampel usaha pada setiap Kecamatan di Kota Banjarbaru. Sampel yang dipilih adalah sampel yang memenuhi kriteria yaitu menjalankan usaha lebih dari satu tahun.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama, yaitu menghitung besar biaya, penerimaan dan profit penjualan produk pisang keju di Banjarbaru, digunakan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004: 41)

$$TC = TFC + TVC \quad (1)$$

Dengan : TC = Biaya total pengolahan pisang keju (*Total cost*) (Rp)
TFC = Biaya tetap total pengolahan pisang keju (*Total fix cost*) (Rp)
TVC = Biaya variable total pengolahan pisang keju (*Total variabel cost*) (Rp)

Untuk menghitung penerimaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004: 41):

$$TR = Q \times P \quad (2)$$

Dengan : TR = Penerimaan total pisang keju (*Total Revenue*) (Rp)
P = Harga produk pisang keju (*Price*) (Rp/kg)
Q = Jumlah produk pisang keju (*Quantity*) (Kg)

Untuk mengetahui profit dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004: 41):

$$\Pi = TR - TC \quad (3)$$

dengan : Π = Keuntungan pengolahan pisang keju (Rp)
TR = Penerimaan total dari pengolahan pisang keju (*Total Revenue*) (Rp)
TC = Biaya total pengolahan pisang keju (*Total Cost*) (Rp)

Untuk menjawab tujuan ke–dua yaitu strategi pemasaran Usaha Dagang Pisang Keju di Banjarbaru dilaksanakan dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats Threat*) yang dirumuskan dalam matriks analisis faktor strategis internal (IFAS) dan matriks strategis ekternal (EFAS). Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS dapat diketahui posisi usaha dengan menggunakan diagram analisis SWOT (Rangkuti, 2018).

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSSES (W) Tentukan 5-10 faktor kekuatan kelemahan
OPPORTUNITE (O) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkaan peluang
THREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman ekternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menguasai ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2018 : 26)

Sebelum menganalisa informasi di atas, dipakai metode matriks aspek strategi internal untuk mengakulasi informasi. Matriks aspek strategi eksternal ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Model matrik strategi internal serta Eksternal

Rating	Kategori	Faktor Internal	Faktor Eksternal
4	Sangat Tidak Setuju	Kekuatan	Peluang
3	Setuju	Kekuatan	Peluang
2	Tidak Setuju	Kekuatan	Peluang
1	Sangat Setuju	Kekuatan	Peluang
Rating	Kategori	Faktor Internal	Faktor Eksternal
1	Sangat Setuju	Kelemahan	Ancaman
2	Setuju	Kelemahan	Ancaman
3	Tidak Setuju	Kelemahan	Ancaman
4	Sangat Tidak Setuju	Kelemahan	Ancaman

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Tabel 3. Matrik faktor strategi internal serta eksternal

Faktor Strategi Internal/Eksternal	Rating	Bobot	Skorsing (Rating x Bobot)
Kekuatan/kelemahan (Internal)			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total skor kekuatan/kelemahan		1	
Peluang/ancaman (Eksternal)			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total Skor peluang/ancaman		1	
Selisih kekuatan/kelemahan			

Sumber: Rangkuti (1997 : 20)

Berdasarkan Tabel 3, langkah- langkah yang dicoba untuk memastikan aspek penting dengan memutuskan kekuatan, kelemahan, serta kesempatan dari bahaya yang tertera pada kolom, setelah itu bobot tiap- tiap aspek tidak bisa melampaui keseluruhan angka pada kolom ketiga. Berat bisa ditetapkan secara matematis dengan metode berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{R \quad XT \quad b}{T \quad R}$$

Bersumber pada respon wirausaha pada aspek ini, urutkan tiap aspek di kolom 2 dari 4 (sangat setuju) hingga 1 (sangat tidak setuju). Terakhir, kalikan berat tiap- tiap aspek dengan urutan untuk memperoleh penangguhan di kolom 4. Matriks SWOT akan menguraikan dengan jelas gimana kawasan internal (kekuatan serta kelemahan) serta area eksternal (kesempatan serta bahaya) akan membuat 4 kemungkinan strategi pengganti untuk diagram posisi. (Rangkuti, 1997: 18-32).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya, Penerimaan dan Profit

Biaya keseluruhan suatu industri merupakan biaya keseluruhan, yang terdiri dari biaya tetap serta biaya variabel, serta keseluruhan biaya industri ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata total biaya usaha pisang keju per hari

No	Uraian	Jumlah (Rp/bulan)	Jumlah (Rp/hari)
	Biaya Tetap		
1	Biaya Penyusutan Peralatan Produksi	7.470	249
2	Biaya Perawatan Kendaraan	110.010	3.667
3	Pajak Kendaraan	30.990	1.033
4	Biaya Sewa Lahan	300.000	10.000
5	Biaya PBB	225.990	7 .533
6	Biaya Tenaga Kerja Tetap	1.074.990	35.833
	Total Biaya Tetap	1.749.450	58.315
	Biaya Variabel		
7	Pisang Kepok	4.513.500	150.450
8	Keju Batang	1.048.800	34.960
9	Susu coklat/vanilla	1.044.000	34.800
10	Gula aren tabur	396.000	13.200
12	Minyak Goreng	792.000	26.400
13	Tepung	504.000	16.800
14	Gula	396.000	13.200
15	Glaze/ varian rasa	600.000	20.000
16	Air	49.500	1.650
17	Coklat Batang	645.000	21.500
18	Biaya Listrik	102.000	3.400
19	Biaya Air	60.000	2.000
	Total Biaya Variabel	10.150.800	338.360
	Total Biaya	11.900.250	396.675

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Tabel 4, menunjukkan total biaya usaha pisang keju sebesar Rp 396.675,00 per hari atau Rp11.900.250,00 per bulan, yang merupakan

jumlah dari biaya tetap sebesar Rp 58.315,00 per hari atau Rp 1.749.450,00 per bulan dan biaya variabel sebesar Rp 338.360,00 per hari atau Rp 10.150.800,00 per bulan. Penghasilan diperoleh dari hasil multiplikasi antara output keju pisang yang diperoleh dalam prosedur produksi dengan harga jual rupiah Indonesia.

Tabel 5. Rata-rata penerimaan penjualan usaha dagang pisang keju di Banjarbaru.

No	Uraian	Produksi	Harga (Rp) (1 porsi=250gr)	Nilai (Rp/bulan)
1	Penerimaan	51 porsi	10.000	510.000
Jumlah		51porsi	10.000	510.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Penghasilan ialah hasil multiplikasi antara output keju pisang yang diperoleh dalam prosedur produksi dengan harga jual rupiah Indonesia. Jumlah pisang dalam sehari dengan rata-rata yaitu 12,75Kg pisang menghasilkan 51 porsi pisang keju, dalam 1Kg pisang mendapatkan 15 sampai 20 buah pisang, lalu untuk 1 porsi pisang keju mendapatkan berat bersih sebesar 250 gram. Pada hasil penelitian ini penerimaan didapat dari jumlah produksi pisang keju. Dari rumus penghasilan bisa didetetapkan besarnya penghasilan dari pemasaran produk pisang keju dalam sehari yaitu: 51 porsi x Rp 10.000 = Rp 510.000,00. Total penerimaan dari jumlah produksi pisang keju yaitu Rp 510.000,00.

Tabel 6. Rata-rata profit industri pisang keju.

No	Uraian (Rp/hari)	Nilai (Rp/bulan)	Nilai
1	Penerimaan	15.300.000	510.000
2	Biaya	11.900.250	396.675
	Profit	3.399.750	113.325

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil perincian pada Tabel 5 membuktikan kalau untuk mendapatkan profit, angka penghasilan pemasaran dikurangi keseluruhan biaya produksi. Jadi, profit yang diperoleh dari pengolahan pisang menjadi pisang keju adalah Rp 113.325,00 per hari atau Rp 3.399.750,00 per bulan.

Strategi Pemasaran Pisang keju

Strategi pemasaran pada usaha dagang pisang keju di Banjarbaru adalah mengiklankan serta memberitahukan produk pada warga lewat perancangan yang bagus, sehingga dapat menambah jumlah pemasaran. Strategi penjualan juga merupakan usaha untuk menggapai tujuan. Usaha dagang pisang keju di Banjarbaru mempunyai harga produk pisang keju dari harga Rp 5.000 sampai Rp 17.000 per porsi, sedangkan untuk strategi promosi dengan cara berjualan di sepanjang jalan Banjarbaru. Untuk menu Terdapat berbagai varian rasa dan nama merek yang digunakan bermacam macam.

Tabel 7. Rata-Rata Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (IFAS) Industri rumah tangga Pisang keju di Banjarbaru

No	Faktor kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya modal	0.1145	4	0,4580
2	Lokasi usaha strategis	0.1221	4	0,4885
3	Tingkatkan pelanggan	0.0992	3	0,2977
4	Mutu dalam kebersihan	0.1221	4	0,4885
5	Mutu dalam keamanann	0.1221	4	0,4885
6	Mutu jasa yang baik	0.0992	3	0,2977
7	Adanya tenaga kerja berpengalaman dan terampil	0.1221	4	0,4885
8	Memiliki bahan baku yang berkualitas	0.0916	3	0,2748
9	Produk tersedia setiap hari	0.1069	3	0,3206
	Total	1	32	3,6031
No	Faktor Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Kurangnya pengenalan produk	0.1795	2	0,3590
2	Naiknya harga bahan baku	0.1282	1	0,1282
3	Menu produk sedikit	0.1795	2	0,3590
4	Alat pengolahan yang masih sederhana	0.2051	2	0,4103
5	Stok bahan baku saat menghadapi pesanan yang meningkat	0.3077	3	0,9231
	Total	1	10	2,1795
	Selisih Faktor Kekuatan-Kelemahan			1.4236

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Dari tabel 6 dapat diketahui total dari skor kekuatan dan total skor kelemahan, yaitu sebesar 3,6031 untuk total skor kekuatan dan 2,1794 untuk total skor kelemahan. Dapat diartikan bahwa faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan yang dimiliki oleh industri rumah tangga pisang keju di Banjarbaru dengan perbandingan antara total jumlah selisih antara faktor kekuatan dan faktor kelemahan adalah sebanyak 1,42357 skor.

Tabel 8. Rata-Rata Matriks Evaluasi Faktor Strategis Eksternal (EFAS) Industri

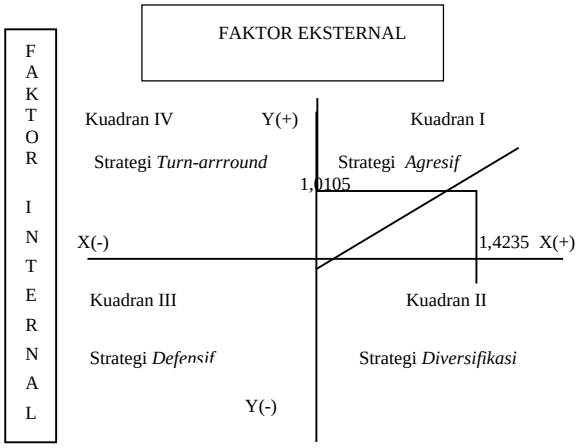
rumah tangga Pisang keju di Banjarbaru

Faktor peluang	Bobot	Rating	Skor
Kesanggupan masyarakat dalam membeli	0.2424	4	0.9697
Penjualan produk luas	0.1919	3	0.5758
Rasa menu sesuai selera pembeli	0.1919	3	0.5758
Tingginya jumlah pendudukmempengaruhi jumlah permintaan pisang keju	0.2020	3	0.6061
Penyuplai bahan baku lebih dari satu	0.1717	3	0.5152
Total	1	16	3.2424
Faktor Ancaman	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Kemudahan untuk memperoleh produk pengganti	0,2609	3	0,7826
Langkanya bahan baku berkualitas	0,2609	3	0,7826
Banyaknya pesaing industri pengolahan pisang keju	0,1014	1	0,1014
Perubahan gaya hidup yang lebih modern	0,0870	1	0,0870
Naiknya harga bahan bakar	0,1014	1	0,1014
Naiknya harga bahan baku	0,2609	3	0,7826
Total	1	11	2,2319
Selisih Faktor Kekuatan-Kelemahan			1,0105

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Untuk ancaman yang utama dari industri rumah tangga pisang keju di Banjarbaru adalah meningkatnya harga bahan bakar yang memiliki nilai pembobotan sebesar 0,2608 dan untuk jumlah skor sebesar 2,2318 skor. Dari tabel 13 dan 14 dapat diketahui total dari skor peluang dan total skor ancaman, yaitu sebesar untuk 3,2424 total skor peluang dan 2,2318 untuk total skor ancaman. Dapat diartikan bahwa faktor peluang lebih besar dari pada faktor ancaman yang dimiliki oleh industri rumah tangga pisang keju di Banjarbaru dengan perbandingan antara total jumlah selisih antara faktor peluang dan faktor ancaman adalah sebanyak 1,0105.

Matriks penilaian yang dipadukan dengan aspek internal serta eksternal bisa membuktikan status strategi penjualan industri rumah tangga keju pisang di Bangalbaru. Maanfaatkan matriks lokasi untuk menganalisa posisi strategi penjualan untuk menciptakan titik koordinat (x, y). Angka x berawal dari perbedaan aspek internal (kekuatan- kelemahan) sebesar 1, 4235, serta angka y berawal dari perbedaan aspek eksternal (peluang- ancaman) ialah 1, 0105. Dengan begitu, bisa dimengerti posisi penting industri pabrik pengerjaan dengan memakai matriks lokasi. untuk lebih jelasnya letak posisi titik koordinat usaha industri rumah tangga pisang keju di Banjarbaru



Gambar 1. Matriks posisi industri rumah tangga pisang keju di Banjarbaru
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil ini menunjukan posisi usaha Industri rumah tangga pisang keju di Banjarbaru dalam pemasaran produknya berada dikuadran I. Kuadran I membuktikan suasana yang amat baik, sebab terdapat sebagian profit yang bisa dipakai untuk membekuk kesempatan yang profitabel. Maksudnya posisi ini membuktikan kalau pabrik dalam kondisi amat profitabel. Home Pabrik Keju Pisang Banjarbaru mempunyai kelebihan serta kesempatan, alhasil bisa menggunakan kesempatan yang ada dengan menggunakan seluruh kelebihan yang ada dari pabrik. Oleh sebab itu, bisa dipakai pengganti strategi 1 ialah meningkatkan strategi agresif ataupun strategi SO (*Strengths and Opportunities*).

Langkah terakhir merupakan langkah“ decision- making”, yang bermaksud untuk merumuskan strategi- strategi yang sudah dipaparkan oleh matriks SWOT maka strategi-strategi yang timbul bisa dijadikan referensi untuk tingkatkan strategi penjualan pabrik rumah tangga keju pisang banjarbaru. yakni: Strategi SO

1. Menaikkan mutu serta jumlah produksi untuk menggapai penjualan yang lebih besar.
2. Memaksimalkan saluran penyaluran serta meluaskan penjualan produk
3. Menaikkan mutu jasa serta tingkatkan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. biaya total yang dikeluarkan usaha dagang pisang keju sebesar Rp 396.675,00. Penerimaan yang didapat sebesar Rp 510.000,00 dengan jumlah penjualan sebanyak 12,75 kg pisang ,sehingga profit yang diperoleh usaha dagang pisang keju sebesar Rp 113.325,00.
2. Strategi pemasaran usaha dagang pisang keju adalah strategi agresif atau strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan kegiatan sebagai berikut :
   Menaikkan mutu serta jumlah produksi tahu untuk meluaskan jangkauan penjualan, Memaksimalkan saluran penyaluran serta meluaskan penjualan produk, menaikkan mutu jasa buat tingkatkan pelanggan.
3. Permasalahan yang dihadapi usaha pisang keju di Banjarbaru menyatakan tiga responden yaitu terdiri dari responden satu, tujuh dan sepuluh mempunyai masalah menaiknya harga bahan baku mempengaruhi profit dari penjualan berkurang, solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan cara merubah ukuran pisang keju menjadi sedikit lebih kecil atau mengurangi porsi pisang keju dalam 1 kotaknya. Empat responden yang terdiri dari responden dua, lima, delapan dan sembilan mempunyai masalah ketika menghadapi pesanan yang meningkat simpanan bahan produksi belum tersedia memenuhi permintaan tersebut, solusi dari permasalahan tersebut yaitu bisa bekerja sama dengan pemasok stok pisang yang berada di daerah Banjarbaru atau di luar daerah Banjarbaru. Tiga responden yaitu terdiri dari responden tiga, empat dan enam mempunyai masalah kurangnya keahlian dalam menggunakan media sosial sebagai upaya promosi produk yang dihasilkan, solusi dari permasahan tersebut yaitu dengan mengenalkan penggunaan fungsi media sosial dalam meningkatkan penjualan produk.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dari penelitian ini meliputi :

1. Dalam upaya menanggulangi kelemahan advertensi di sarana sosial serta membuat varian produk untuk bersaing dengan industri pabrik serupa.
2. Untuk menanggulangi bahaya itu, meningkatkan pemakaian bahan dasar bermutu besar untuk menambah pisang keju, menjaga klien tetap serta menambah pemakaian sarana sosial.
3. Untuk menanggulangi permasalahan ekskalasi harga bahan dasar, bisa kurangi dimensi pisang keju ataupun kurangi dimensi kotak pisang keju, serta permasalahan sediaan bahan dasar yang tidak memenuhi pada saat order bertambah, bisa bekerja sama dengan agen sediaan. pisang yang berada di daerah Banjarbaru atau di luar daerah Banjarbaru dan untuk masalah kurangnya keahlian dalam menggunakan media sosial sebagai upaya promosi produk yang dihasilkan, solusi dari permasahan tersebut yaitu dengan mengenalkan penggunaan fungsi media sosial dalam meningkatkan penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Ario. 2010. Menuju Swasembada Pangan, Revolusi Hijau II: Introduksi Managemen Dalam Pertanian, RBI, Jakarta.

Badan Pusat Statistik Pertanian Hortikultura Indonesia Kota Banjarbaru 2020. Kalimantan Selatan Dalam Angka Tahun 2019. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan.

Prabawati, S., Suyanti., dan D. A. Setyabudi. 2008. Teknologi Pascapanen dan Teknik Pengolahan Pisang. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian. 68 hlm.

Rangkuti, F. 2018. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sukirno. 2009. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Edisi Ketiga. PT Raja Gafindo Persada. Jakarta.