

**STRATEGI PEMASARAN SALE PISANG BASAH  
(STUDI KASUS PADA AGROINDUSTRI SALE PISANG BASAH “MITRA SALE” DI  
DESA KARANGPAWITAN KECAMATAN PADAHERANG  
KABUPATEN PANGANDARAN)**

**MARKETING STRATEGY FOR WET BANANA SALE  
(CASE STUDY ON "MITRA SALE" WET BANANA SALE AGROINDUSTRY IN  
KARANGPAWITAN VILLAGE PADAHERANG DISTRICT  
PANGANDARAN DISTRICT)**

**AFNI ILLAHYAH ADHADIANY<sup>1\*</sup>, TIKTIEK KURNIAWATI<sup>2</sup>, MOCHAMAD  
ARIEF RIZKI MAULADI<sup>3</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Galuh

\*E-mail: [afniillahiyah748@gmail.com](mailto:afniillahiyah748@gmail.com)

**ABSTRAK**

Sale pisang merupakan produk makanan ringan yang terbuat dari buah pisang yang diawetkan dengan cara pengeringan. Di Desa Karangpawitan terdapat suatu agroindustri sale pisang jenis sale pisang basah yaitu “Mitra Sale”. Namun, kurangnya promosi dan kurangnya jaringan pemasaran menjadi kendala agroindustri tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal, eksternal, serta mencari alternatif strategi pemasaran sale pisang basah. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, analisis pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT, menggunakan data primer dan sekunder, dengan metode penarikan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan faktor kekuatan yaitu harga dipasar bersaing, produk berkualitas, mempunyai cita rasa khas (*smoky*), serta lokasi Mitra Sale yang strategis. Sedangkan kelemahannya yaitu minimnya kegiatan promosi, tidak memiliki sistem manajemen perusahaan, wilayah distribusi masih terbatas, serta tidak adanya riset dan pengembangan perusahaan. Sedangkan faktor eksternal berupa peluang pada penelitian ini yaitu banyaknya agen distributor, mempunyai konsumen tetap, serta potensi pasar yang masih luas serta bekerjasama dengan jasa kurir dan jasa angkut cargo. Sedangkan untuk ancamannya yaitu perubahan cuaca yang tidak stabil, banyaknya makanan modern dan unik serta produk yang mudah ditiru. Alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh agroindustri Mitra Sale dalam memasarkan Sale Pisang Basah yaitu mempertahankan harga yang terjangkau agar para konsumen dapat menikmati kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, memberikan sampel produk gratis atau tester, serta memanfaatkan lokasi yang strategis. Disarankan untuk agroindustri Mitra Sale mempertahankan harga yang terjangkau, memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi modern serta memberikan sampel produk gratis di lokasi strategis.

**Kata Kunci:** Agroindustri, Pemasaran, Sale Pisang Basah, Strategi, SWOT

**ABSTRACT**

*Banana sale is a snack product made from bananas that are preserved by drying. In Karangpawitan Village there is an agroindustry selling bananas, a type of wet banana sale, namely "Mitra Sale". However, lack of promotion and lack of marketing networks are obstacles to the agro-industry. This research aims to determine internal and external factors, as well as finding alternative marketing strategies for selling wet bananas. This type of research uses qualitative with a descriptive approach, the analysis in this research uses SWOT analysis, using primary and secondary data, with a purposive sampling method. The research results show that the strength factors are high market prices, quality products, a distinctive (smoky) taste, and the strategic location of Mitra Sale. Meanwhile, the weaknesses are the lack of promotional activities, not having a company management system, limited distribution areas, and the absence of company research and development. Meanwhile, external factors in the form of opportunities in this research are the large number of distributor agents, having regular*

customers, and still wide market potential and collaborating with courier services and cargo transportation services. Meanwhile, the threats are unstable weather changes, the abundance of modern and unique food and products that are easy to imitate. Alternative marketing strategies that can be used by the Mitra Sale agroindustry in marketing the wet banana sale are maintaining affordable prices so that consumers can enjoy product quality, expanding the marketing network, providing free product samples or testers, and utilizing strategic locations. It is recommended that Mitra Sale's agro-industry maintain affordable prices, expand its marketing network by utilizing modern technology and provide free product samples in strategic locations.

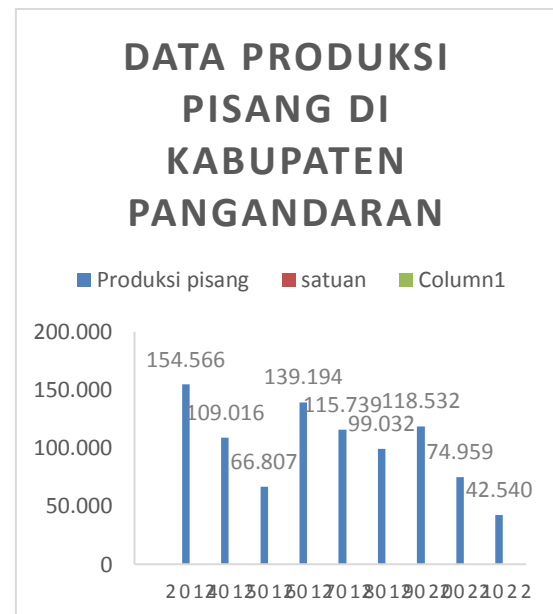
**Keywords:** Marketing, Wet Banana Sale, Strategy, SWOT

## PENDAHULUAN

Tanaman pisang adalah salah satu tanaman komoditas dari kelompok buah-buahan tropis yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan kaya nilai gizi sehingga dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar industri. Tanaman pisang juga memiliki faktor dalam pertumbuhannya yaitu pengairan yang cukup, dengan cara irigasi sprinkler penyiraman dan irigasi tetes. namun yang biasanya digunakan yaitu dengan penyiraman yang dapat dilakukan sebanyak dua kali dalam sehari yaitu pagi dan sore hari. Jika tanaman pisang kekurangan air dapat menyebabkan beberapa faktor diantaranya yaitu pertumbuhan yang terhambat, hingga menurunnya produksi buah bahkan hingga penurunan bagi kualitas buahnya (Suhartanto dkk, 2014). Pertumbuhan produksi buah pisang menandakan keberhasilan para petani dalam mengelola kebun pisang. Faktor-faktor seperti iklim yang mendukung, serta penerapan teknologi modern turut berkontribusi

terhadap peningkatan hasil produksi. Kesuksesan ini bukan hanya memberikan manfaat ekonomi bagi petani lokal, tetapi juga dapat memperkuat posisi Kabupaten Pangandaran sebagai salah satu penghasil buah pisang yang terkemuka.

Berikut adalah gambar data produksi pisang di Kabupaten Pangandaran dari Tahun 2014-2022:



**Gambar 1.** Data produksi pisang di kabupaten pangandaran Tahun 2014-2022  
Sumber: Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura dalam Open Data Jabar 2022

Gambar 1, menunjukkan bahwa produksi pisang di Kabupaten Pangandaran dari tahun 2014 hingga 2022 mengalami fluktuasi tajam. Pada tahun 2014, produksi mencapai puncaknya dengan 154.566 kwintal, tetapi kemudian menurun drastis pada tahun 2015 menjadi 109.106 kwintal dan terus turun hingga 66.807 kwintal pada tahun 2016. Tahun 2017 menunjukkan peningkatan signifikan dengan 139.194 kwintal, namun kembali turun pada tahun 2018 menjadi 115.739 kwintal. Tren penurunan berlanjut pada tahun 2019 dengan 99.032 kwintal. Meskipun ada peningkatan pada tahun 2020 menjadi 118.532 kwintal, produksi kembali menurun pada tahun-tahun berikutnya, yaitu 74.959 kwintal pada tahun 2021 dan mencapai titik terendah pada tahun 2022 dengan 42.540 kwintal. Data ini mencerminkan ketidakstabilan produksi pisang di Kabupaten Pangandaran selama periode tersebut. Meskipun terjadi ketidakstabilan produksi pisang, tetapi para petani masih mampu memanfaatkan lahan yang ada dengan optimal untuk menjaga kestabilan usaha dan pendapatan, salah satunya menjadikan pisang menjadi berbagai produk turunan.

Salah satu produsen pisang di Kabupaten Pangandaran yaitu Kecamatan Padaherang. Pisang tidak hanya dijual

sebagai produk segar tetapi juga dijadikan sejumlah produk turunan. Olahan berbahan baku pisang sangat diminati oleh masyarakat, salah satu produk olahannya yaitu sale pisang. Sale pisang merupakan produk makanan ringan yang terbuat dari buah pisang yang diawetkan dengan cara pengeringan. Pada umumnya sale pisang yang diolah yaitu sale pisang goreng. Namun di Desa Karangpawitan terdapat suatu agroindustri sale pisang jenis sale pisang basah yaitu “ Mitra Sale” yang berdiri pada tahun 2019, awal mulanya pembuatan bahan baku sale mentah yang digoreng dengan demikian Mitra Sale berinovasi memproduksi sale oven/basah yang mempunyai cita rasa manis legit serta mempunyai karakter tersendiri dan mampu memproduksi 50Kg dalam satu kali proses produksi. Pembuatan sale pisang basah di mitra sale yaitu menggunakan pisang siam dan pisang ambon. Untuk pemasaran atau penjualan sale pisang basah ini dijual keluar kota seperti Majalengka, Bogor, Bandung, Cimahi, Karawang, Cianjur dan Yogyakarta. Di setiap kota tersebut ada pemasok sale pisangnya masing-masing untuk dijual ke toko-toko yang ada di kota tersebut. Selain dijual ke luar kota, Mitra Sale juga mempunyai gerai untuk menjual sale pisang basah dirumahnya sendiri dengan kemasan yang sudah divakum.

Dalam menjalankan usahanya, Agroindustri Mitra Sale menghadapi berbagai kendala, termasuk keinginan untuk menjual langsung ke toko tanpa perantara seperti pusat oleh-oleh, serta upaya memperluas jaringan pemasaran dan kurangnya kegiatan promosi. Banyaknya variasi makanan baru menjadi salah satu ancaman bagi Agroindustri Mitra Sale, karena akan terjadi persaingan yang ketat. Persaingan yang ketat dapat diatasi melalui langkah-langkah yang sudah terencana dengan baik dan matang serta melakukan penerapan strategi pemasaran melalui pemanfaatan peluang. Agroindustri Mitra Sale perlu mengidentifikasi faktor internal yang dapat dilihat dari kekuatan serta kelemahan usaha sale pisang tersebut misalnya produk dan lain-lain. Selain faktor internal, perlu juga mengidentifikasi faktor eksternal yang dapat dilihat dari peluang serta ancaman, misalnya permintaan konsumen dan lain-lain. Faktor internal dan eksternal perlu diidentifikasi karena keduanya mempunyai peranan penting dalam menentukan keberhasilan dan kesuksesan perusahaan. Dengan memahami dan mengenali faktor internal dan eksternal perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih baik, merancang strategi yang lebih efektif serta meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan yaitu metode studi kasus pada agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran.

Menurut Rahardjo (2017), Studi Kasus merupakan suatu rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan intensif dan terinci serta mendalam tentang suatu program, peristiwa serta aktivitas baik pada tingkat perorangan maupun kelompok, lembaga, ataupun organisasi untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang peristiwa tersebut. Target penelitian studi kasus pada umumnya yaitu hal yang aktual dan unik bukan yang sudah terlewat atau masa lampau.

### **Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel yaitu penjelasan mengenai variabel-variabel yang dimati dalam suatu penelitian dan berhubungan dengan model analisis yang digunakan. Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pisang merupakan salah satu buah yang dapat dimakan langsung atau diolah menjadi makanan dan minuman.

2. Sale pisang basah yaitu produk makanan yang memiliki rasa dan aroma yang khas terbuat dari pisang matang diolah dengan metode penjemuran atau menggunakan oven.
3. Strategi adalah pendekatan suatu keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu untuk mencapai sasaran.
4. Pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.
5. Strategi pemasaran adalah suatu upaya untuk memasarkan dan memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada oranglain untuk meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran dapat dianalisis menggunakan SWOT.
6. Faktor Internal yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam suatu perusahaan meliputi segala hal yang ada didalam kendali dan dapat diubah atau diatur oleh perusahaan.
7. Faktor Eksternal yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan dan biasanya berada diluar kendali perusahaan.
8. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).
  - a. Kekuatan/*Strength* yaitu kekuatan yang dimiliki Agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale.
  - b. Kelemahan/*Weaknesses*, yaitu kelemahan yang dihadapi Agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale
  - c. Peluang/*Opportunity*, yaitu peluang yang ada di Agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale.
  - d. Ancaman/*Threats*, yaitu sesuatu diluar kendali Agroindustri Sale Pisang Basah.
9. Pemilik yaitu individu atau kelompok yang mempunyai hak kepemilikan atas suatu usaha atau perusahaan serta bertanggungjawab atas keseluruhan operasional dan yang bertindak sebagai pengambil keputusan utama.
10. Karyawan yaitu orang-orang yang dipekerjakan oleh sebuah perusahaan untuk menjalankan tugasnya masing-masing serta tanggungjawab demi mencapai tujuan perusahaan
11. Konsumen yaitu Individu atau kelompok yang membeli dan menggunakan produk atau jasa yang

ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Mereka adalah pihak yang menjadi target utama dalam kegiatan pemasaran.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara mendalam kepada key informan berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder didapatkan dari studi literatur, lembaga-lembaga terkait yang berkaitan dengan penelitian ini. Menurut Yuhana & Aminy, (2019) Wawancara (*interview*) yaitu suatu percakapan antara dua orang atau lebih yang dilakukan pewawancara dan narasumber serta bentuk komunikasi lisan yang dilakukan secara terstruktur baik secara langsung maupun jarak jauh.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu para pekerja yang ada di Agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale serta pemilik perusahaan dan konsumen dengan metode *purposive sampling*. Menurut Lenaini (2021), *Purposive sampling* adalah sebuah metode secara acak dimana periset memastikan terlebih dahulu ilustrasi dengan metode menentukan identitas spesial yang cocok sehingga dapat

menanggapi kasus riset tersebut. Dengan pertimbangan untuk mengetahui tentang keadaan industri selama berdirinya perusahaan, kualitas dan harga, serta pemasaran sale pisang basah. Sehingga diharapkan dapat memperoleh hasil yang cukup akurat sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian.

### **Rancangan Analisis Data**

Alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT, berikut adalah tahapan dalam analisis SWOT:

1. Identifikasi faktor internal
2. Identifikasi faktor eksternal
3. Menyusun Matriks IFE dan Matriks EFE, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a. Mengidentifikasi faktor internal serta eksternal bisnis.
  - b. Pemberian bobot setiap faktor.
  - c. Pemberian rating/peringkat menggambarkan seberapa besar pengaruhnya terhadap strategi yang ada.
  - d. Perkalian bobot dan rating.
  - e. Merumuskan alternatif strategi melalui diagram Analisis SWOT dan Matriks SWOT

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Produksi Sale Pisang Basah dilakukan setiap hari mencapai 50kg sale

pisang basah. Sistem pemasaran yang dilakukan agorindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale yaitu menjual per-bungkus dengan kemasan yang sudah di vakum dan ada juga yang dikemas menggunakan karung untuk jumlah pesanan yang banyak. Konsumen yang membeli per-bungkus biasanya merupakan warga sekitar untuk dijadikan cemilan dirumahnya atau pun untuk dijadikan oleh-oleh saat bepergian. Untuk konsumen yang mmebeli dalam bentuk karungan, biasanya agen distributor yang menjual lagi ke luar daerah atau dijual kembali di tokonya sendiri. Produk Sale Pisang Basah memiliki varian pisang siam dan ambon dengan kemasan vakum harga jual per-bungkus nya yaitu untuk sale pisang basah siam sekitar Rp.25.00/kg, sedangkan untuk sale pisang basah ambon per-bungkusnya yaitu Rp. 40.000/kg.

### **Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal**

#### **1. Kekuatan**

##### **a. Harga dipasar bersaing**

Harga bersaing dipasar yaitu strategi penetapan harga, dimana Mitra Sale menetapkan harga sale pisang basah agar sebanding atau bahkan lebih murah dari harga yang ditawarkan oleh pesaing. hal yang dapat dilakukan oleh Mitra Sale yaitu dengan menetapkan harga lebih murah, menawarkan diskon

dan lain sebagainya untuk menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan serta memperkuat pemasaran sale pisang basah.

##### **b. Produk Berkualitas**

produk berkualitas yaitu produk yang memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna atau konsumen dengan baik. produk sale pisang basah yang dibuat oleh Mitra Sale terbuat dari bahan yang bekualitas, awet, serta aman untuk dikonsumsi.

##### **c. Mempunyai Cita Rasa Khas (*smoky*)**

Sale pisang basah Mitra Sale mempunyai cita rasa yang khas yaitu rasa smoky atau rasa asap yang unik. rasa asap yang dihasilkan berasal dari proses pengolahan sale pisang basah yang dioven di atas tungku api yang menggunakan bahan bakar kayu sehingga menghasilkan rasa manis alami yang berpadu dengan aroma dan rasa asap yang memberikan sensasi berbeda pada saat memakan sale pisang basah dibandingkan dengan sale pisang basah lainnya.

##### **d. Lokasi Mitra Sale yang Strategis**

Lokasi tempat Mitra Sale dipilih dengan pertimbangan tertentu untuk memaksimalkan potensi penjualan. Lokasi ini mudah dijangkau

oleh konsumen, berada di area yang ramai, atau dekat dengan pusat aktivitas seperti pasar sehingga meningkatkan peluang bisnis.

## 2. Kelemahan

### a. Minimnya Kegiatan Promosi

Kurangnya upaya yang dilakukan oleh Mitra Sale untuk memasarkan sale pisang basah kepada khalayak luas. Hal ini dapat mencakup kurangnya iklan, kegiatan pemasaran, atau kegiatan promosi lainnya yang dapat mengakibatkan rendahnya kesadaran konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

### b. Tidak Memiliki Sistem Manajemen Perusahaan

Ketiadaan struktur yang terorganisir dan sistematis untuk mengelola berbagai aspek mulai dari keuangan, sumber daya manusia, produksi, serta pemasaran yang dapat menyebabkan Mitra Sale kesulitan dalam mengambil keputusan strategis.

### c. Wilayah Distribusi Masih Terbatas

Cakupan area dimana produk sale pisang basah tersedia masih terbatas pada beberapa wilayah tertentu saja. Hal ini sale pisang basah belum tersebar secara luas atau belum mencapai pasar yang lebih besar

sehingga potensi penjualan dan pertumbuhan Mitra Sale terhambat.

### d. Tidak Adanya Riset dan Pengembangan perusahaan

Ketiadaan investasi dalam aktivitas penelitian dan pengembangan (R&D) yang bertujuan menciptakan inovasi baru, meningkatkan kualitas produk, atau menemukan metode baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Tanpa R&D, perusahaan mungkin akan kesulitan bersaing dengan kompetitor yang lebih inovatif dan dapat kehilangan peluang untuk tumbuh serta beradaptasi dengan perubahan pasar.

## 3. Peluang

### a. Banyaknya Agen Distributor

Mempunyai agen distributor yang banyak produk sale pisang basah lebih mudah dan cepat di distribusikan ke berbagai wilayah. Dengan lebih banyak agen distributor jangkauan pemasaran lebih luas dan meningkat, sale pisang basah bisa mencapai lebih banyak konsumen, meningkatkan potensi penjualan serta pertumbuhan bisnis.

### b. Mempunyai Konsumen

Tetap



Adanya konsumen tetap, menunjukkan bahwa telah membangun basis pelanggan yang setia. Pelanggan setia ini menyediakan pendapatan yang konsisten dan dapat diandalkan, serta berpotensi menjadi promotor produk melalui rekomendasi kepada orang lain.

c. Potensi Pasar Masih Luas

Pasar yang masih luas berarti terdapat banyak potensi pelanggan yang belum dijangkau oleh Mitra Sale. Ini memberikan peluang besar untuk ekspansi dan peningkatan penjualan sale pisang basah, terutama jika perusahaan dapat memasuki segmen-segmen pasar baru atau daerah yang belum terlayani.

d. Bekerjasama dengan jasa kurir dan jasa angkut cargo

Sale pisang basah Mitra Sale ini menjalin kerjasama dengan penyedia layanan pengiriman untuk memastikan produk dapat terkirim ke pelanggan dengan aman dan tepat waktu, baik dalam skala kecil maupun besar.

4. Ancaman

a. Perubahan Cuaca Yang Tidak Stabil

Kondisi cuaca yang tidak menentu dapat mempengaruhi produksi, distribusi, dan penjualan sale pisang basah. Misalnya, hujan lebat atau panas ekstrim bisa mengganggu proses logistik atau merusak produk yang sensitif terhadap suhu, sehingga mengurangi kualitas atau ketersediaan produk di pasar.

b. Banyaknya Makanan Modern dan Unik

Banyaknya makanan modern serta unik dapat menjadi salah satu ancaman karena bisa menciptakan persaingan yang ketat. Produk yang inovatif mampu menarik perhatian konsumen serta mengalihkan minat mereka dari produk yang lebih tradisional seperti sale pisang basah yang kurang unik.

c. Produk yang Mudah Ditiru

Produk yang mudah ditiru dapat menghilangkan keunggulan kompetitifnya. Kompetitor dapat dengan cepat dan mudah untuk membuat versi serupa dari sale pisang basah, hal tersebut dapat merusak citra merek jika kualitas

produk tiruannya tidak sebaik produk asli.

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, dapat dianalisis

menggunakan Matriks IFE dan EFE. Adapun hasil bobot serta rating pada agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 12. Matriks IFE Agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
1. Harga Dipasar Bersaing	0,16	4	0,61
2. Produk Berkualitas	0,11	3	0,35
3. Mempunyai Cita Rasa Manis Legit	0,13	3	0,39
4. Lokasi Mitra Sale yang Strategis	0,16	3	0,54
<b>Kelemahan</b>			
1. Minimnya Kegiatan Promosi	0,13	3	0,37
2. Tidak Memiliki Sistem Manajemen Perusahaan	0,08	2	0,22
3. Wilayah Distribusi Masih Terbatas	0,10	2	0,25
4. Tidak Adanya Riset dan Pengembangan perusahaan	0,08	2	0,19
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2,95</b>

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 12, hasil tersebut tersebut diberi rating oleh key informan dan jumlah faktor internal diberi bobot ( skor total ) sebesar 2,95. Hal ini menunjukkan bahwa posisi internal yang kuat karena dapat menggunakan kekuatan serta mengatasi kelemahan yang terjadi pada agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale . Tabel IFE menunjukkan bahwa harga

dipasar bersaing merupakan kekuatan utama agroindustri sale pisang basah mitra sale skor 0,61, diikuti dengan lokasi mitra sale yang strategis dengan skor 0,54. Selain itu, faktor kelemahan yang perlu di perbaiki oleh agroindustri mitra sale yaitu minimnya kegiatan promosi dengan skor 0,37 serta wilayah distribusi yang masih terbatas dengan skor 0,25.

**Tabel 13. Matriks EFE Agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>			
1. Banyaknya Agen Distributor	0,17	3	0,57
2. Mempunyai Konsumen Tetap	0,15	4	0,56
3. Pangsa Pasar Masih Luas	0,15	3	0,45
4. Bekerjasama dengan jasa kurir dan jasa angkut cargo	0,12	3	0,38
<b>Ancaman</b>			
1. Perubahan Cuaca Yang Tidak Stabil	0,14	3	0,38
2. Banyaknya Makanan Modern dan Unik	0,13	3	0,34
3. Produk yang Mudah Ditiru	0,11	2	0,28
Total	1,00		0,99

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa agroindustri mampu merespon peluang dengan cukup baik dan mengantisipasi ancaman yang ada. Dari Tabel 13 juga diketahui bahwa peluang utama agroindustri yaitu dengan skor sebesar 0,57 yaitu banyaknya agen distributor diikuti dengan mempunyai konsumen yang tetap dengan skor 0,56. Sedangkan untuk faktor ancaman utama bagi agroindustri sale pisang basah mitra sale yaitu perubahan cuaca yang tidak stabil dengan skor 0,38 dan diikuti dengan

banyaknya makanan modern dan unik dengan skor 0,34.

Setelah membuat matriks IFE dan EFE untuk membuat diagram maka harus mencari posisi X dan Y dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \text{kekuatan} - \text{kelemahan}$$

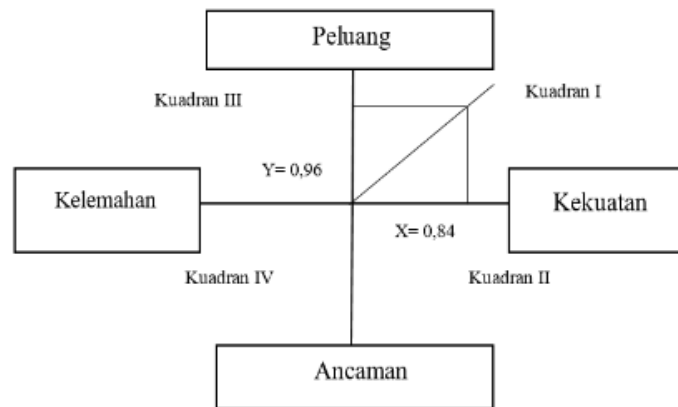
$$X = 1,90 - 1,05$$

$$= 0,84$$

$$Y = \text{Peluang} + \text{ancaman}$$

$$Y = 1,97 - 1,01$$

$$= 0,96$$



Gambar 4. Hasil Diagram SWOT

Hasil analisis menunjukkan bahwa agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale berada pada Kuadran I yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya, yaitu menggunakan harga produk yang dapat bersaing dipasar serta lokasi Mitra Sale yang strategis guna memanfaatkan agen distributor dalam memasarkan produk Sale Pisang Basah. Selain itu harga produk yang terjangkau dapat dimanfaatkan oleh para konsumen tetap untuk mempromosikan secara langsung ke warga sekitar.

Selanjutnya, cita rasa khas (*smoky*) memastikan konsumen mendapatkan

pengalaman kuliner yang memuaskan dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran dengan menjadikan Sale Pisang Basah ini menjadi cemilan oleh-oleh khas Desa Karangpawitan, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran.

Strategi yang tepat untuk diterapkan pada agroindustri Mitra Sale dalam memasarkan Sale Pisang Basah yaitu dengan menggunakan Strategi SO (*Strength-Opportunity*). Strategi yang tepat untuk diterapkan pada agroindustri Sale Pisang Basah dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 15. Analisis Strategi SWOT**

		<i>Strenght (S)</i>
		1. Harga Dipasar Bersaing 2. Produk Berkualitas 3. Mempunyai Cita Rasa Khas ( <i>Smoky</i> ) 4. Lokasi Mitra Sale yang Strategis
<i>Opportunities (O)</i>		<i>Strategi S-O</i>
1. Banyaknya Agen Distributor		1. Mempertahankan harga yang terjangkau agar harga dipasar dapat bersaing serta para konsumen dapat menikmati produk yang berkualitas. (S1,S2,S3,S4,O1,O2,O3,O4)
2. Mempunyai Konsumen Tetap		2. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi yang sudah canggih dan modern (S1,S2,S3,S4,O1,O2,O3,O4)
3. Potensi Pasar Masih Luas		3. Memberikan sampel produk gratis seperti tester di acara pameran atau festival untuk memperkenalkan cita rasa sale pisang basah kepada calon konsumen baru. (S1,S2,S3, S4,O1,O2,O3,O4)
4. Bekerjasama dengan jasa kurir dan jasa angkut cargo		4. Memanfaatkan lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya dan pasar bahkan tempat wisata untuk memperluas jaringan pemasaran serta dikenal sebagai mkanan khas daerah. (S1,S2,S3,S4,O1,O2,O3,O4)

Sumber: Data Primer diolah (2024)

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan:

1. Faktor Internal pada pemasaran Sale Pisang Basah kekuatannya yaitu harga dipasar bersaing, produk berkualitas, mempunyai cita rasa khas (*smoky*), serta lokasi Mitra Sale yang strategis. Sedangkan kelemahannya yaitu minimnya kegiatan promosi, tidak memiliki sistem manajemen perusahaan, wilayah distribusi masih terbatas, serta tidak adanya riset dan pengembangan perusahaan.
2. Faktor Eksternal pada pemasaran Sale Pisang Basah peluangnya yaitu banyaknya agen distributor, mempunyai konsumen tetap,

bekerjasama dengan jasa kurir dan jasa angkut cargo serta potensi pasar masih luas. Sedangkan untuk ancamannya yaitu perubahan cuaca yang tidak stabil, banyaknya makanan modern dan unik serta produk yang mudah ditiru.

3. Rumusan Alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh agroindustri Mitra Sale dalam memasarkan Sale Pisang Basah yaitu mempertahankan harga yang terjangkau agar para konsumen dapat menikmati kualitas produk dengan harga yang terjangkau, Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi yang sudah canggih dan modern untuk menarik perhatian agen distributor,

memberikan sampel produk gratis atau tester di acara pameran atau festival, serta memanfaatkan lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya dan pasar bahkan tempat wisata seperti pantai untuk memperluas jaringan pemasaran serta dikenal sebagai makanan khas daerah untuk oleh-oleh.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka saran yang harus dilakukan oleh agroindustri Sale Pisang Basah Mitra Sale:

1. mempertahankan harga yang terjangkau sehingga konsumen dapat menikmati kualitas produk tanpa biaya yang tinggi.
2. memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi modern, seperti media sosial dan *e-commerce*, untuk menarik perhatian agen distributor.
3. memberikan sampel produk atau tester seperti di pusat perbelanjaan, acara pameran, atau festival makanan untuk menarik minat konsumen baru. Serta memilih lokasi penjualan yang

strategis dekat jalan raya, pasar, dan tempat wisata untuk memperluas jangkauan pemasaran dan dikenal sebagai makanan khas daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura 2022. Data Produksi Pisang di Kabupaten Pangandaran dari Tahun 2013-2022.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>.
- Mudjia R, 2017. Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya. <http://repository.UINMalang.ac.id//1104/1/studi-kasus-dalampenelitian-kualitatif>.
- Suhartanto, R., Sobir, & Harti, H. (2014). Buku Ajar Teknologi Sehat Budidaya Pisang : Dari Benih Sampai Pasca Panen. Bogor: Pusat Kajian Hrtikultura Tropika, LPPMIPB.
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79. <https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>