

STRATEGI PEMASARAN TAPE KETAN KHAS KUNINGAN
(Studi Kasus Pada Pusat Toko Oleh-Oleh Khas Kuningan Ibu Misrah di Kelurahan
Cigugur Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan

MARKETING STRATEGY OF KUNINGAN TYPICAL GLUTINOUS TAPE
(Case Study at Mrs. Misrah's Typical Brass Souvenir Center in Cigugur Village, Cigugur
District, Kuningan Regency)

WISNU AZI ROZIMAN^{1*}, BENIDZAR M ANDRIE², DAN SAEPUL AZIZ³
Fakultas Pertanian, Universitas Galuh
wisnuazi2107@gmail.com

ABSTRAK

Tape ketan dari Kabupaten Kuningan mempunyai ciri khas yang unik, pengemasan menggunakan daun jambu air yang dikemas dalam ember hitam, memiliki rasa tape khas terletak pada rasa manis sedikit asam yang khas. Penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pemasaran tape ketan Ibu Misrah dan Merumuskan alternatif strategi pemasaran tape ketan Ibu Misrah. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada agroindustri tape ketan Ibu Misrah. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pemilik agroindustri, tenaga kerja, pemerintahan dan konsumen tape ketan yang diambil secara purposive. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Hasil Penelitian menerapkan pendekatan (marketing mix) 4P dan menunjukkan bahwa faktor kekuatan utamanya adalah memiliki kualitas rasa produk yang baik, bahan baku mudah didapat, tenaga kerja terampil. Kelemahan utamanya adalah produk tidak dapat bertahan lama. Faktor eksternal dalam pemasaran tape ketan. Peluangnya adalah memiliki pelanggan tetap, pangsa pasar masih luas. Ancamannya adalah kenaikan harga bahan baku. Alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Ibu Misrah dalam memasarkan tape ketan adalah mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas tape ketan, meningkatkan produksi tape ketan, memperluas jangkauan pemasaran tape ketan.

Kata Kunci : Faktor Eksternal, Faktor Internal, Tape Ketan, SWOT.

ABSTRACT

Sticky rice tape from Kuningan Regency has a unique characteristic, packaging using water guava leaves packed in black buckets, has a distinctive tape flavor located in a sweet slightly sour taste. This study aims to identify internal and external factors that affect the marketing of Mrs. Misrah's sticky tape and formulate alternative marketing strategies for Mrs. Misrah's sticky tape. The research method used is a case study on Mrs. Misrah's sticky rice tape agro-industry. Respondents in this study consisted of agro-industry owners, labor, government and consumers of glutinous tape taken purposively. The analysis used in this study is SWOT analysis. The results of the study apply the 4P (marketing mix) approach and show that the main strength factors are having a good quality product taste, easy to obtain raw materials, skilled labor. The main weakness is that the product cannot last long. External factors in marketing sticky rice tape. The opportunity is to have regular customers, the market share is still wide. The threat is the increase in raw material prices. Alternative marketing strategies that can be carried out by Mrs. Misrah in marketing sticky tape are maintaining and improving the quality and quantity of sticky tape, increasing the production of sticky tape, expanding the marketing range of sticky tape.

Keywords: Strategy, Marketing, Marketing mix, Glutinous Tape, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara pertanian yang makmur, dengan banyak petani di seluruh daerah Indonesia. Peran Indonesia sebagai produsen tanaman pangan yang memiliki potensi yang besar diperkuat oleh reputasinya sebagai lumbung padi nasional. Selain pertanian, Indonesia juga menghasilkan berbagai komoditi subsektor lainnya yang menjadi andalan. Beberapa produk pertanian di Indonesia adalah unggulan. Komoditi-komoditi ini dibagi menjadi lima subsektor: perkebunan, perikanan, tanaman pangan, peternakan, dan kehutanan. Diharapkan bahwa pengembangan berbagai komoditi berkualitas tinggi ini akan membawa kemajuan di sektor pertanian dan membantu perekonomian Indonesia (Sayifullah dan Emmalian, 2018).

Agroindustri merupakan sektor industri yang memproses hasil-hasil pertanian menjadi produk setengah jadi atau produk akhir, melibatkan berbagai elemen seperti manusia, komoditas pertanian, modal, teknologi, dan informasi. Agroindustri berperan penting dalam perkembangan dan kesejahteraan suatu wilayah, dengan sektor pertanian sebagai inti. Sektor ini mampu meningkatkan daya saing, pendapatan pelaku usaha, pendapatan daerah, serta mendorong

inovasi baru (Gultom dan Sulistyowati, 2019).

Tape merupakan salah satu makanan tradisional yang sangat populer, dibuat melalui proses fermentasi dari bahan pangan yang mengandung karbohidrat. (Ekawati, 2017).

Tape ketan menjadi salah satu makanan hasil fermentasi tradisional. Tape ketan dihasilkan dari proses pengolahan bahan dasar beras ketan yang kemudian dikukus, diinokulasi menggunakan ragi tape, dan disimpan dalam suhu ruangan dalam jangka waktu tertentu. parafrase

Usaha tape ketan menjadi salah satu usaha yang potensial untuk dikembangkan. Tape ketan menjadi makanan "*khas*" yang telah dikenal khalayak serta menjadi buah tangan dari daerah Kuningan. Kemasan tape yang unik, tekstur tape lembut, rasa yang manis dan kaya akan nutrisi yang menjadi identitas oleh-oleh Kabupaten Kuningan.

Tape ketan dari Kabupaten Kuningan mempunyai ciri khas yang unik, pengemasan dengan daun jambu air yang dikemas diember berwarna hitam, memiliki rasa manis agak sedikit asam. Rasa tape khas terletak pada rasa asam yang khas. Pembuatan tape ketan tanpa menggunakan bahan dan pewarna alami, maupun bahan pengawet.

Pasca pandemi covid-19 memberikan dampak yang masih dirasakan oleh beberapa UMKM di Kabupaten Kuningan. Salah satunya dirasakan oleh pengusaha tape ketan di Desa Cigugur, penjualan tape ketan masih dirasakan belum stabil semenjak pandemi. Perubahan kondisi pasar yang semakin kompleks dan kompetitif, berbagai permasalahan sering muncul yang menjadi tantangan dalam memahami perilaku konsumen terkini, mengidentifikasi pangsa pasar, keterbatasan akses pasar, kurangnya promosi, keterbatasan pengetahuan pemasaran digital, ketatnya persaingan dan jangkauan pemasaran yang masih skala kecil. Melihat kondisi pasca pandemi covid-19 UMKM perlu bangkit, salah satunya dengan cara membuat strategi pemasaran yang relevan di tengah persaingan yang semakin ketat, sehingga menghasilkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk memperkenalkan, memasarkan, dan mendistribusikan produk tape ketan ke pangsa pasar yang luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kegiatan pemasaran tape ketan di Kelurahan Cigugur, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan. Mengetahui alternatif strategi pemasaran agroindustri tape ketan di

Kelurahan Cigugur, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif berlandaskan pada filosofi postpositivisme, yang diterapkan untuk mempelajari fenomena-fenomena alamiah. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian kualitatif, hal ini mencakup kegiatan deskriptif dan penjelasan terhadap peristiwa, fenomena, atau situasi sosial yang diamati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, dengan mengambil kasus pada salah satu agroindustri Tape ketan di Kelurahan Cigugur Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan. Studi kasus merupakan suatu pendekatan empiris yang mendalami secara terperinci fenomena atau kasus kontemporer di dalam konteks dunia nyata. Metode ini sering dipilih terutama saat terdapat ketidakjelasan batas antara fenomena yang diteliti dan konteks di mana fenomena tersebut terjadi (Yin 2018 dalam Nurahma dan Hendriani, 2021).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui observasi dan wawancara. dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Hermawan (2016), metode observasi melibatkan mencatat pola perilaku orang, objek, dan peristiwa secara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diminati. Informasi dikumpulkan dari catatan kejadian atau dari kejadian sebelumnya. Metode observasi dapat terstruktur atau tidak terstruktur, dan dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Observasi dapat dilakukan dalam lingkungan yang dibuat atau secara alami. Dalam konteks ini, peneliti mengamati dan mempelajari permasalahan yang muncul di lapangan, yang berhubungan erat dengan objek penelitian, yaitu mengenai pemasaran tape ketan di Kelurahan Cigugur.

b. Wawancara

Metode wawancara memerlukan waktu yang relatif lama untuk mengumpulkan data, karena cenderung lebih rumit. Dalam pelaksanaan wawancara, peneliti harus memperhatikan berbagai aspek seperti sikap saat kedatangan, cara duduk, ekspresi wajah,

cara berbicara, keramahan, kesabaran, serta penampilan secara keseluruhan, karena hal-hal tersebut dapat mempengaruhi jawaban yang diberikan oleh responden. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan intensif bagi calon pewawancara (Siyoto, 2015). Dalam penelitian ini, teknik yang diterapkan adalah wawancara terstruktur, di mana pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa daftar pertanyaan tertulis beserta alternatif jawaban yang telah disediakan. Responden diberikan pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatat jawaban yang diberikan.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017), data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui referensi lain seperti dokumen, jurnal, dan informasi dari pihak ketiga. Data sekunder didapat melalui studi literatur dan dari lembaga-lembaga terkait yang relevan dengan penelitian ini..

Teknik Penarikan Sampel

Pemilihan responden dan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden terdiri dari 6 orang yang mencakup pemilik usaha tape ketan, tenaga kerja, dan konsumen dengan mempertimbangkan bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi terkait dengan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi

kondisi usaha tape ketan Ibu Misrah, serta memiliki pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif setelah pandemi Covid-19. Lokasi penelitian yang dipilih secara *purposive* yaitu di Kelurahan Cigugur Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut berpotensi menjadi pusat oleh-oleh khas Kuningan, didukung oleh posisinya yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen karena dekat dengan pusat kota dan merupakan wilayah pariwisata, keberadaan enam pengusaha tape ketan, termasuk Tape Ketan Ibu Misrah yang merupakan generasi kedua pelopor tape ketan serta berkelanjutan, menjadikan Kelurahan Cigugur dikenal dengan kualitas tape ketan yang diakui. *Purposive Sampling* Merupakan teknik pemilihan sampel yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan khusus, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

Rancangan Analisis Data

Peneliti menerapkan analisis SWOT dalam merancang strategi pemasaran untuk agroindustri tape ketan di Kelurahan Cigugur, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman yang ada dalam usaha agroindustri tape ketan Ibu Misrah.

Berikut adalah tahapan analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan strategi:

1. Pengumpulan data, tahap pengumpulan data umumnya Terdapat dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Data internal, yang meliputi kekuatan dan kelemahan, diambil dari lingkungan internal agroindustri tape ketan dan disusun dalam matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Sedangkan data eksternal, yang mencakup peluang dan ancaman, diperoleh dari lingkungan eksternal dan disusun dalam matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*).
2. Tahap analisis melibatkan evaluasi IFAS dan EFAS dengan menggunakan skala dari 1 (sangat penting) hingga 0 (tidak penting). Total nilai untuk setiap kondisi (internal dan eksternal) tidak boleh melebihi 1, didasarkan pada pengamatan langsung untuk menetapkan urutan prioritas ditentukan berdasarkan faktor-faktor yang penting dan tidak penting. Jumlah total bobot harus mencapai 1 untuk setiap kondisi (internal dan eksternal).
3. Setelah pemberian nilai dan bobot, skor ditentukan dengan cara mengalikan bobot dengan nilai yang diberikan. Menurut Aji (2018), Setelah memperoleh nilai *IFAS* dan *EFAS*, langkah selanjutnya adalah

menyusun diagram SWOT untuk mengevaluasi posisi atau kondisi perusahaan. Untuk menentukan nilai titik kondisi perusahaan, dilakukan perhitungan selisih antara nilai *IFAS* dan *EFAS*. Proses ini melibatkan analisis melalui diagram SWOT dengan menetapkan titik potong pada sumbu X dan sumbu Y, serta menarik garis pertemuan di antara keduanya. Sumbu X diperoleh dari selisih antara total kekuatan (*Strength*) dan total kelemahan (*Weakness*), yang mencerminkan nilai faktor internal (*IFAS*), sedangkan titik pada sumbu Y diperoleh dari selisih antara total peluang (*Opportunity*) dan total ancaman (*Threat*), yang mencerminkan nilai faktor eksternal (*EFAS*).

4. Tahapan pengambilan keputusan dalam merumuskan strategi melibatkan matriks SWOT. Matriks tersebut menciptakan empat jenis strategi alternatif yang terdiri dari Strategi S-O (Kekuatan-Peluang), strategi S-T (Kekuatan-Ancaman), strategi W-O (Kelemahan-Peluang), dan strategi W-T (Kelemahan-Ancaman).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi Tape ketan dengan bahan baku mencapai 28 kg beras ketan yang jika di proses menjadi 15 ember tape ketan, menurut informasi dari pemilik agroindustri

produksi tape ketan ini mengalami penurunan sampai 20 kg setiap produksinya. Sebelum pandemi biasanya mencapai 50 kg. Proses produksi tidak dilakukan setiap hari, melainkan dalam satu minggu bisa mencapai tiga kali produksi. Proses ini diatur berdasarkan kebutuhan, sehingga produksi bisa dilakukan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, kualitas tape ketan dapat dipertahankan dan permintaan konsumen dapat terpenuhi dengan baik. Adapun proses pembuatan tape ketan ini dapat dibagi menjadi beberapa langkah, antara lain sebagai berikut:

1. Membersihkan beras ketan dan daun jambu.

Proses pembersihan dilakukan dengan sangat teliti hingga air cucian menjadi bening, mencuci beras ketan berkali-kali untuk memastikan kualitas dan kebersihannya sebelum diolah lebih lanjut. Sementara itu, daun jambu dikukus sebentar dan disortir, untuk memilih daun yang tidak rusak untuk digunakan sebagai bungkus tape ketan. Selain memiliki khasiat sebagai obat antidiare, anti-inflamasi, antimutagenik, antimikroba, dan analgesik, daun jambu air juga dapat digunakan sebagai pembungkus makanan dan memberikan aroma alami. Daun jambu sering digunakan untuk membungkus tape

karena aromanya yang khas dapat memperkaya cita rasa tape (Retno, 2016).

2. Pengukusan

Proses ini dilakukan dari tahap membersihkan beras ketan terlebih dahulu dan kemudian dilanjutkan proses pengukusan tape ketan. Proses pengukusan merupakan tahap penting dalam pembuatan tape ketan yang bertujuan untuk memastikan ketan matang dengan sempurna sebelum difermentasi, proses pengukusan ini dilakukan dua kali, pengukusan pertama setengah matang, kemudian diangkat dan diberi sedikit air yang telah di campur daun katuk, lalu dikukus kembali hingga benar benar matang. Pengukusan berperan penting dalam proses pematangan beras ketan menjadi nasi ketan, juga berfungsi untuk membunuh mikroba patogen dan menghasilkan tekstur nasi ketan yang lembut.

3. Pendinginan

Setelah proses pengukusan, beras ketan yang sudah matang diangkat dari kukusan dan dibiarkan hingga dingin selama 30 menit atau menggunakan kipas. Pendinginan ini penting untuk menghindari pertumbuhan bakteri yang tidak diinginkan selama proses fermentasi.

4. Pemberian ragi

Setelah beras ketan dingin, ragi tape yang sudah dihaluskan ditaburkan secara merata atau secukupnya di atas permukaan ketan, Islami (2018), menambahkan bahwa jumlah ragi yang digunakan juga berperan penting karena jika ragi yang digunakan terlalu banyak, tape dapat menjadi terlalu lunak. Ragi ini mengandung mikroorganisme yang mengubah karbohidrat dalam ketan menjadi alkohol dan gula sederhana melalui proses fermentasi. Pada tahap pemberian ragi kondisi tangan harus tetap steril guna mempertahankan kualitas tape ketan. Proses pembuatan tape harus dijalankan dengan baik untuk menghasilkan kualitas yang baik dalam hal warna, rasa, tekstur, dan aroma khas tape, yang ditentukan oleh mikroba tertentu seperti khamir *Saccharomyces cerevisiae* (Kanino, 2019).

5. Pembungkusan

Ketan yang telah di beri ragi kemudian dibungkus menggunakan daun jambu. Pembungkusan ini bertujuan untuk menjaga kelembaban dan mendukung proses fermentasi. Pembungkusan tape ketan yang baik tidak hanya menjaga kebersihan dan higienitas produk, tetapi juga mempertahankan cita rasa dan aroma khas tape ketan. Proses ini penting untuk memastikan tape ketan tetap dalam kondisi terbaik hingga sampai ke tangan konsumen.

6. Fermentasi

Ketan yang sudah dibungkus menggunakan daun jambu disimpan pada suhu ruang selama 2-3 hari untuk proses fermentasi. Selama periode ini, ragi akan bekerja mengubah ketan menjadi tape yang memiliki rasa manis dan aroma yang khas. Afriani (2016), menjelaskan bahwa waktu yang tepat dalam proses fermentasi akan menghasilkan tape berkualitas. Semakin lama tape difermentasi, kadar alkohol dan total asam akan meningkat. Semakin lama fermentasi berlangsung, Semakin banyak mikroorganisme yang tumbuh hingga nutrisi dalam media habis. Proses pemecahan karbohidrat ini sangat dipengaruhi oleh aktivitas mikroorganisme.

7. Pengemasan

Pengemasan adalah produk yang telah difermentasi kemudian dikemas secara higienis untuk menjaga kualitas dan kesegarannya sebelum didistribusikan ke konsumen. Pengemasan ini melibatkan berbagai variasi kemasan, seperti kemasan plastik, mika, toples, dan ember. Tape ketan dikemas sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Strategi pemasaran Tape Ketan Ibu Misrah

Strategi yang digunakan dalam pemasaran Tape ketan ibu misrah di Kelurahan Cigugur Kecamatan Cigugur

Kabupaten Kuningan ini yaitu dengan memanfaatkan strategi *marketing mix* 4p yaitu produk, harga, lokasi dan promosi yang berfungsi sebagai alat yang membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan mengikuti tren terkini. Dengan *marketing mix*, perusahaan dapat menyampaikan produk kepada target pasar yang tepat dengan pesan yang selaras dengan kebutuhan mereka (Kumalasari *et al.*, 2021).

1. Strategi Produk (*Product*)

Produk adalah elemen utama dalam pemasaran yang mencakup semua aspek yang berkaitan dengan tape ketan yang diproduksi. Tujuan utama dari strategi produk adalah untuk menciptakan nilai tambah yang dapat menarik minat konsumen serta membedakan produk dari pesaing. Seperti yang dilakukan pada agroindustri Tape ketan Ibu Misrah menekankan pada kualitas dan kuantitas produk dengan menggunakan bahan baku berkualitas dan menjaga proses fermentasi yang optimal, produk tape ketan Ibu Misrah memiliki kualitas yang baik dengan rasa yang lembut, manis yang khas dan isi tape yang besar memastikan pelanggan mendapatkan nilai yang lebih tinggi baik dari segi rasa maupun jumlah, sehingga konsumen merasa puas, kemasan produk juga dirancang menarik dan informatif

dengan berbagai ukuran untuk kebutuhan konsumen, memastikan produk terlindungi serta branding yang kuat dengan logo juga yang berbeda dengan tape ketan lainnya, diterapkan untuk meningkatkan pengenalan merek di pasar.

2. Strategi Harga (*Price*)

Harga adalah nilai yang ditentukan oleh penjual sebagai kompensasi untuk barang yang dijual. Strategi penetapan harga pada agroindustri Tape ketan Ibu Misrah yang terjangkau dan kompetitif namun tetap menguntungkan dilakukan untuk menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, berbagai promosi harga seperti diskon pada periode tertentu dan penawaran paket produk diterapkan untuk meningkatkan penjualan. Harga yang ditentukan oleh pemilik agroindustri Tape ketan Ibu Misrah di Kelurahan Cigugur yaitu berkisar Rp 30.000 – Rp 125.000 harga tersebut tergantung jenis ukuran kemasan dan permintaan tape ketan berbeda dengan tape ketan yang lain memfokuskan kemasan per ember.

3. Strategi Lokasi (*Place*)

Lokasi merupakan tempat di mana aktivitas bisnis atau usaha dilakukan. Bagi agroindustri Tape Ketan Ibu Misrah, pemilihan lokasi haruslah strategis dan memberikan keunggulan bagi agroindustri. Kelurahan Cigugur dipandang sebagai

lokasi yang strategis untuk toko pusat oleh-oleh khas Kuningan, karena dekat dengan pusat kota dan berada di sekitar wilayah wisata, lokasi tersebut menjadi sangat strategis dan menjadi kekuatan tambahan bagi agroindustri Tape ketan Ibu Misrah.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah elemen penting dalam aktivitas bisnis atau usaha karena keberadaannya dapat meningkatkan Ketertarikan pembeli terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh pemilik perusahaan. Agroindustri tape ketan Ibu Misrah masih minim dalam melakukan promosi, namun pada saat tertentu melakukan promosi dan transaksi melalui media whatsapp.

Perumusan Alternatif Strategi

Untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran yang efektif untuk mengembangkan usaha tape ketan Ibu Misrah di Kelurahan Cigugur, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan, diperlukan analisis menggunakan Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* dan Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)*.

1. Matriks *Internal Factor Analysis Summary*

Menurut Mutiara (2021), Matriks *Internal Factor Analysis Summary* adalah alat analisis yang memberikan pemahaman

mengenai kondisi internal perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri tape ketan Ibu Misrah. Hasil identifikasi faktor internal menunjukkan terdapat 6 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan tersebut juga dinilai oleh responden. Total bobot faktor internal yang diberikan adalah 3,21, yang menunjukkan bahwa agroindustri berada pada posisi internal

yang cukup kuat karena dapat memanfaatkan kekuatan dari kelemahan yang ada. Tabel *IFAS* juga menunjukkan bahwa kekuatan utama pada agroindustri adalah kualitas rasa produk yang baik dan tenaga kerja terampil dengan skor 0,5. Faktor utama kelemahan agroindustri yang perlu diperhatikan adalah produk tidak dapat bertahan lama dengan skor sebesar 0,37. Hasil pembobotan dan penilaian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks *IFAS* Strategi Pemasaran Tape ketan Khas Kuningan

Faktor Internal (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
1. Memiliki kualitas produk yg baik	0,12	4	0,5
2. Lokasi perusahaan strategis	0,09	4	0,37
3. Bahan baku mudah di dapat	0,12	3	0,37
4. Tenaga kerja terampil	0,12	4	0,5
5. Harga terjangkau	0,09	3	0,28
6. Diliput media televisi	0,09	3	0,28
Faktor Internal (Kelemahan)			
1. Minim kegiatan promosi	0,09	3	0,28
2. Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan	0,06	2	0,12
3. Wilayah distribusi masih terbatas	0,06	2	0,12
4. Produk tidak dapat bertahan lama	0,12	3	0,37
Total	1,00		3,21

2. Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary*

Menurut Mutiara (2021), Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)* Sebuah alat analisis yang menyajikan kondisi eksternal perusahaan untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman yang ada pada agroindustri *tape ketan* Ibu Misrah. Dengan menggunakan matriks *EFAS*, perusahaan dapat mengenali

aspek-aspek eksternal yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk pertumbuhan serta mengidentifikasi ancaman yang perlu diantisipasi dan dikelola. Hasil identifikasi menunjukkan adanya 5 peluang dan 3 ancaman. Faktor-faktor peluang dan ancaman juga diberi bobot dan rating seperti halnya faktor kekuatan dan kelemahan. Hasil penilaian dan pembobotan dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Matriks EFAS Strategi Pemasaran Tape Ketan Khas Kuningan

No	Variabel	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Memiliki pelanggan tetap	0,16	4	0,64
2	Permintaan meningkat	0,16	3	0,48
3	Memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran	0,12	3	0,36
4	Pangsa pasar masih luas	0,16	4	0,64
5	Adanya perhatian dari pemerintah berupa pelatihan	0,12	3	0,36
Ancaman				
1	Pesaing industri sejenis	0,08	2	0,16
2	Kenaikan harga bahan baku	0,12	3	0,36
3	Banyaknya alternatif makanan Selain tape ketan	0,08	2	0,16
Total Skor		1,00		3,16

Berdasarkan Tabel 2, total skor untuk faktor eksternal adalah 3,16, yang menunjukkan posisi cukup kuat. Ini berarti agroindustri mampu merespons peluang dengan baik dan mengantisipasi ancaman yang ada. Tabel 2 juga mengungkapkan bahwa peluang utama agroindustri adalah faktor dengan skor 0,64, yaitu memiliki pelanggan tetap dan pangsa pasar yang masih luas. Sedangkan ancaman utama bagi agroindustri adalah kenaikan harga bahan baku yang tidak dapat diprediksi, dengan skor 0,36

Berdasarkan hasil matriks IFAS dan EFAS, dapat diambil langkah-langkah pengambilan keputusan untuk menyusun berbagai strategi yang digambarkan dalam diagram SWOT. Dengan demikian, strategi

yang dihasilkan dapat digunakan sebagai acuan dalam kegiatan pemasaran tape ketan di toko oleh-oleh khas Kuningan Ibu Misrah di Kelurahan Cigugur Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan.

Hasil IFAS dan EFAS didapat nilai, sebagai berikut:

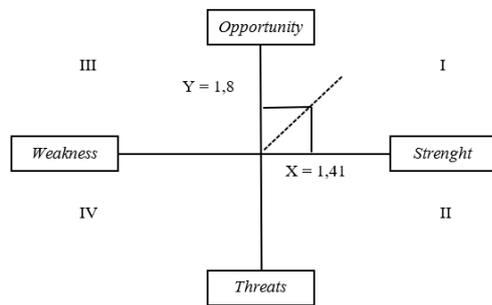
Tabel 3. Nilai Matriks IFAS dan EFAS Agroindustri Tape ketan Ibu Misrah

Matriks SWOT	Nilai
Kekuatan (<i>Strength</i>)	2,3
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	0,89
Peluang (<i>Opportunity</i>)	2,48
Ancaman (<i>Threats</i>)	0,68

Untuk membuat diagram, perlu ditentukan posisi X dan Y menggunakan rumus sebagai berikut:

$$x=S-W=2,3-0,89=1,41$$

$$y=O-T=2,48-0,68=1,8$$



Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa usaha tape ketan Ibu Misrah berada pada kuadran I. Posisi ini menandakan bahwa agroindustri tape ketan memiliki peluang untuk memaksimalkan kekuatan yang ada. Strategi yang harus diterapkan oleh agroindustri adalah strategi agresif, yaitu memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, diantaranya menggunakan produk yang berkualitas dan produk yang memiliki harga terjangkau guna mempermudah dalam memasarkan. Selain itu, menjaga

konsistensi kualitas produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan produk yang berkualitas dapat dimanfaatkan oleh para konsumen tetap untuk mempromosikan secara mulut ke mulut kepada warga sekitar. Selanjutnya, lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota dan tempat-tempat wisata dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran tape ketan.

Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh agroindustri Tape ketan Ibu Misrah di Kelurahan Cigugur dalam memasarkan tape ketan mencakup strategi SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weaknesses-Opportunity*), ST (*Strength-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Rincian strategi yang efektif untuk pemasaran tape ketan oleh agroindustri. tape ketan Ibu Misrah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Matriks SWOT Alternatif Strategi Pemasaran Tape ketan Khas Kuningan

Faktor Internal	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki kualitas rasa produk yg baik Lokasi perusahaan strategis Bahan baku mudah di dapat Tenaga kerja terampil Harga terjangkau Diliput media televisi 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Minimnya kegiatan promosi Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan Wilayah distribusi masih terbatas Produk tidak dapat bertahan lama 	
Faktor Eksternal	<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki pelanggan tetap Permintaan meningkat Memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran Pangsa pasar masih luas Adanya perhatian dari pemerintah berupa pelatihan 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> Mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas produk tape ketan. Meningkatkan produksi Tape ketan. Memperluas jangkauan pemasaran tape ketan 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan kegiatan promosi melalui platform media sosial. Membuat manajemen yang jelas agar dapat bisa melihat pemasukan dan pengeluaran perusahaan Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam meningkatkan teknologi pengawetan produk.
	<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Pesaing industri sejenis Kenaikan harga bahan baku Banyaknya alternatif makanan Selain tape ketan 	<p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> Mempertahankan kualitas produk cita rasa yang mudah dikenali dan memberikan bonus kepada konsumen. Menyesuaikan harga produk sesuai dengan harga bahan baku. Memanfaatkan lokasi strategis untuk memasarkan produk tape ketan. 	<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan promosi berkelanjutan kepada konsumen melalui event-event. Mengembangkan dan menerapkan sistem manajemen perusahaan yang efektif. Memperluas jaringan distribusi ke daerah-daerah baru.

Matriks SWOT menunjukkan bahwa tape ketan Ibu Misrah berada di kuadran 1 dan terletak di antara S-O, sehingga dapat menerapkan Strategi S-O,

strategi ini fokus pada penggunaan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Dengan demikian, perusahaan dapat

memanfaatkan potensi yang ada secara maksimal, memperkuat kemampuannya dalam menghadapi tantangan pasar, serta mengoptimalkan keunggulan kompetitifnya. Dalam menjalankan strategi ini, beberapa alternatif yang dapat diterapkan oleh agroindustri tape ketan Ibu Misrah dalam memasarkan produknya, seperti strategi yang telah dirumuskan, adalah:

Mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas produk tape ketan, meningkatkan produksi tape ketan dan memperluas jangkauan pemasaran tape ketan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor internal pada pemasaran tape ketan Ibu Misrah kekuatannya yaitu Memiliki kualitas rasa produk yg baik, lokasi perusahaan strategis, bahan baku mudah di dapat, tenaga kerja terampil, harga terjangkau dan diliput oleh media televisi. Sedangkan kelemahannya yaitu Minimnya kegiatan promosi, Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan, Wilayah distribusi masih terbatas dan Produk tidak dapat bertahan lama.

2. Faktor eksternal pada pemasaran tape ketan Ibu Misrah peluangnya yaitu Memiliki pelanggan tetap, Permintaan

meningkat, Memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran, Pangsa pasar masih luas dan Adanya perhatian dari pemerintah berupa pelatihan. Sedangkan ancamannya yaitu pesaing industri sejenis, kenaikan harga bahan baku dan banyaknya alternatif makanan selain tape ketan.

3. Alternatif strategi pemasaran tape ketan Ibu Misrah di Kelurahan Cigugur, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan terdiri dari tiga strategi. Strategi-strategi ini disusun untuk mendukung perusahaan dalam menghadapi berbagai situasi dan kebutuhan pasar yang berbeda. Strategi yang harus dijalankan adalah Mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas tape ketan, meningkatkan produksi tape ketan dan memperluas jangkauan pemasaran. Sedangkan ancamannya yaitu pesaing industri sejenis, kenaikan harga bahan baku dan banyaknya alternatif makanan selain tape ketan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, berikut adalah saran yang perlu diterapkan oleh agroindustri Tape Ketan Ibu Misrah:

Sebaiknya agroindustri tape ketan Ibu Misrah melakukan kegiatan promosi dengan metode diskon atau bonus produk kepada konsumen. Selain itu, promosi dapat

dilakukan dengan memanfaatkan teknologi, termasuk memasarkan produk secara online melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk memperluas pasar, pada penggunaan teknologi karena Ibu Misrah sudah berada pada usia pasca produktif oleh karena itu memanfaatkan teknologi dapat dibantu tenaga kerja yang paham tentang media sosial atau oleh anaknya. Penggunaan konten kreatif juga penting untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan pemasaran. Dengan kombinasi strategi ini, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk Tape Ketan Ibu Misrah.

Untuk memenuhi permintaan pasar dan menjaga kelangsungan usaha, agroindustri harus meningkatkan produksi tape ketan. Ini akan memastikan ketersediaan produk secara konsisten dan membangun kepercayaan konsumen dan membuat inovasi baru produk turunan kreatif dari tape ketan. Selain itu, karena usaha ini merupakan turun-temurun dan sudah menjadi makanan khas dari Kuningan, usaha tape ketan harus tetap dilanjutkan oleh anak cucu Ibu Misrah.

DAFTAR PUSTAKA

Afriani, R. (2016) Pengaruh Konsentrasi Ragi Terhadap Organoleptik Tapai Ketan, *Laboratorium Penelitian*

Dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, (April), Pp. 5–24.

Aji, N.B. (2018) Analisis Swot Daya Saing Sekolah : Studi Kasus Di Sebuah Sma Swasta, 10(1), Pp. 65–73.

Ekawati, I.G.A. (2017) Produk Fermentasi Tape, *Universitas Udayana*, P. 53.

Gultom, J.Y.T. dan L.S. (2019) Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus Pada Umkm Satria Di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon), Pp. 961–972.

Hermawan, S. (2016) *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Cetakan 1. Malang: Media Nusa Crearif.

Islami, R. (2018) Pembuatan Ragi Tape Dan Tape, *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Agrokompleks*, 1(2), Pp. 56–62.

Kanino, D. (2019) Pengaruh Konsentrasi Ragi Pada Pembuatan Tape Ketan (The Effect Of Yeast Concentration On Making Tape Ketan, *Pengaruh Konsentrasi Ragi Pada Pembuatan Tape Ketan (The Effect Of Yeast Concentration On Making Tape Ketan*, 2 No 1, Pp. 64–71.

Mutiara, P.B. (2021) Analisis Matriks Ifas dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), Pp. 363–371.

Nurahma, G.A. dan Hendriani, W. (2021) Tinjauan Sistematis Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif, *Mediapsi*, 7(2), Pp. 119–129.

- Retno, R. (2016) Pengaruh Pembungkus Yang Berbeda Terhadap Kadar Etanol Dan Organoleptik Tape Uwi (*Dioscorea Alata L*), *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, Pp. 5–24.
- Sayifullah, S. dan Emmalian, E. (2018) Pengaruh Tenaga Kerja Sektor Pertanian Dan Pengeluaran Pemerintah Sektor Pertanian Terhadap Produk Domestik Bruto Sektor Pertanian Di Indonesia, *Jurnal Ekonomi-Qu*, 8(1), Pp. 66–81.
- Siyoto, S. (2015) *Dasar Metode Penelitian*. Cetakan 1. Edited By Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan 23. Bandung: Alfabeta.