



Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (Sonneratia Caseolaris L) Menjadi Sirup Pedada (Studi Kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)
Income Analysis and Marketing Strategy of Bedada Fruit (Sonneratia Caseolaris L) Become Break Syrup (Case study: Yellow Bamboo Road, Tanjung Balai Village, Datuk Bandar Timur District, Tanjungbalai City)

Nilma Aprilia, Gustami Harahap, & Rahma Sari Siregar
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
*Corresponding Email: nilma12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pendapatan pelaku usaha sirup pedada dan untuk mengetahui strategi pemasaran buah pedada menjadi sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai. Jenis penelitian yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif, penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (Purposive), populasi dan sampel terdiri dari 1 (sampel jenuh), teknik pengumpulan data yang digunakan data primer dan sekunder, teknik analisis data yaitu analisis pendapatan dan strategi pemasaran menggunakan 7P (marketing mix). Hasil penelitian pendapatan usaha sirup pedada per bulan sebesar Rp. 2.674.376, Penerapan strategi pemasaran 7P ditinjau dari Produk, produk sudah berlogo halal dengan ukuran 550 ml. Price sirup pedada Rp. 30.000/botol. Tempat pemasaran dilakukan di rumah pelaku usaha. Promotion bersifat sederhana, dikarenakan pada kemasan botol hanya tertera nomor handphone. People usaha sirup pedada memberikan pelatihan tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi. Physical Evidence, penataan produk dilokasi usaha tersusun dan menarik. Proses produksi dilakukan sesuai prinsip sanitasi dan hygiene.

Kata Kunci: Buah Pedada; Pendapatan; 7P

Abstract

This study aims to find out the income of business actors in the pedada syrup business and to find out the marketing strategy for pedada fruit to become pedada syrup in Jalan Bambu Kuning, Tanjung Selat Village, Medan, Tanjungbalai City. This type of research is descriptive with a qualitative approach, location determination is determined purposively (purposive), population and sample consist of 1 (saturated sample), data collection techniques used primary and secondary data, data analysis techniques namely income analysis and marketing strategy using 7P (marketing mix). The results of the research on pedada syrup business income per month are Rp. 2,674,376, Implementation of the 7P marketing strategy in terms of products, the product has a halal logo with a size of 550 ml. The price of chest syrup is Rp. 30,000/bottle. The marketing place is carried out at the home of the business actor. Promotion is simple, because on the bottle packaging only the cellphone number is printed. People in the pedada syrup business provide workforce training to expedite the production process. Physical Evidence, arrangement of products at business locations is structured and attractive. The production process is carried out according to the principles of sanitation and hygiene.

Keywords : fruit leather; Income; 7P

How to Cite: Aprilia, N. Harahap, G. & Siregar, R.S. (2023). Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (Sonneratia Caseolaris L) Menjadi Sirup Pedada (Studi Kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai). CULTIVATE: Journal of Agriculture Science, 1(2) 2023: 76-88



PENDAHULUAN

Wilayah sebaran hutan *mangrove* di Indonesia cukup luas, hanya *mangrove* tropis yang memiliki densitas spesies tinggi. Lebih dari sepertiga luasan *mangrove* tropis ada di Asia Tenggara. Dari jumlah itu yang masuk wilayah Indonesia mencapai lebih dari 80%. Sehingga Indonesia menjadi negara dengan hutan mangrove terluas (Risnandar, 2017).

Hutan mangrove merupakan salah satu bentuk ekosistem hutan yang unik dan khas, terdapat di daerah pasang surut di wilayah pesisir, pantai, dan atau merupakan potensi sumber daya alam yang sangat potensial. Hutan mangrove memiliki nilai ekonomis dan ekologis yang tinggi, tetapi sangat rentan terhadap kerusakan apabila kurang bijaksana dalam mempertahankan, melestarikan dan pengelolaannya (Waryono dan Didit 2002).

Salah satu kota yang berada di Sumatera Utara adalah Kota Tanjungbalai yang mana merupakan kota madya yang letaknya dikelilingi oleh asahan, Kota Tanjungbalai memiliki 6 kecamatan dan 31 Kelurahan, adapun Kecamatan yang ada di kota Tanjungbalai yaitu Datuk Bandar, Datuk Bandar Timur, Tanjungbalai Selatan, Tanjungbalai Utara, Sei Tualang Raso dan Teluk Nibung. Salah satu Kecamatan Datuk Bandar Timur di Tanjungbalai Memiliki Kelurahan Selat Tanjung Medan yang memiliki Hutan mangrove seluas 22 hektare yang mana tumbuhnya di sepanjang aliran pesisir pantai dan sungai.

Usaha olahan *mangrove* menjadi produk makanan tampaknya belum banyak dikembangkan dan diminati oleh masyarakat pesisir. Banyak masyarakat yang tidak tahu bahwa buah *mangrove* dapat dikonsumsi dan kulit kayunya dapat dimanfaatkan sebagai pewarna kain. Pengetahuan tentang potensi dan manfaat *mangrove* sebagai sumber pangan masih sangat sedikit dan belum banyak diketahui (Priyono A, 2010).

Salah satu produksi mangrove yang tidak banyak digunakan adalah buahnya, biasanya yang dapat digunakan dari mangrove ini yaitu kayunya. Salah satu produksi mangrove yang dapat digunakan adalah buahnya yang dikenal dengan nama buah pedada yang mana memiliki bentuk mirip seperti buah apel dan buah itu bisa diolah menjadi sirup, olahan ini bisa menghasilkan pendapatan rumah tangga yang meningkatkan incam rumah tangga.

Pengolahan buah pedada awalnya dikelola pada tahun 2017 yang mana bermula dari adanya ide yang terpikirkan dikarenakan melihat dari internet dan lingkungan



sekitar sehingga adanya niat ingin mencoba membuat olahan baru yang berbahan dasar buah pedada, yang mana buah pedada dapat di olah menjadi sirup yang rasanya asam manis. Produksi dari usaha olahan buah pedada ini sudah berjalan 4 tahun lamanya, usaha ini dirintis pada tahun 2017 sampai dengan saat ini.

Dari hasil olahan menjadi sirup, ada beberapa olahan lain yang dapat di buat dari sirup pedada ini yaitu selai, dodol, permen, jus, kue bolu, kue bika dan jenis makan lainnya.

Adapun produksi buah pedada yang diolah menjadi sirup pedada pertahunnya dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Total Produksi Sirup Pedada di Jln. Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur.

No.	Tahun	Produksi/ Botol
1	2017	240
2	2018	300
3	2019	420
4	2020	600

Berdasarkan datatabel 2 dapat dilihat bahwa produksi sirup pedada di Jalan. Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur pada tahun 2017 menghasilkan produksi sejumlah 240 botol. Sedangkan pada tahun 2020 mengalami peningkatan sejumlah 600 botool. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah produksi yang dipengaruhi oleh permintaan.

Strategi pemasaran sirup pedada yang belum maksimal dikarenakan beberapa hal, salah satunya masyarakat belum mengetahui olahan dari buah pedada yang ternyata bisa dikonsumsi dalam bentuk sirup pedada, jus, permen, kue bika dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil prasarvei pada tanggal 23 maret 2021 bahwa analisis pendapatan dan strategi pemasaran yang dilakukan belum efisiensi sehingga sirup pedada belum dikenal oleh konsumen atau masyarakat umum khususnya di Kota Tanjungbalai.

Berdasarkan permasalahan yang ada dilapangan maka peneliti menganggap perlu mengangkat penelitian dengan judul "Analisis Pendapatan dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris L*) menjadi sirup pedada (studi kasus Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)".

METODE PENELITIAN



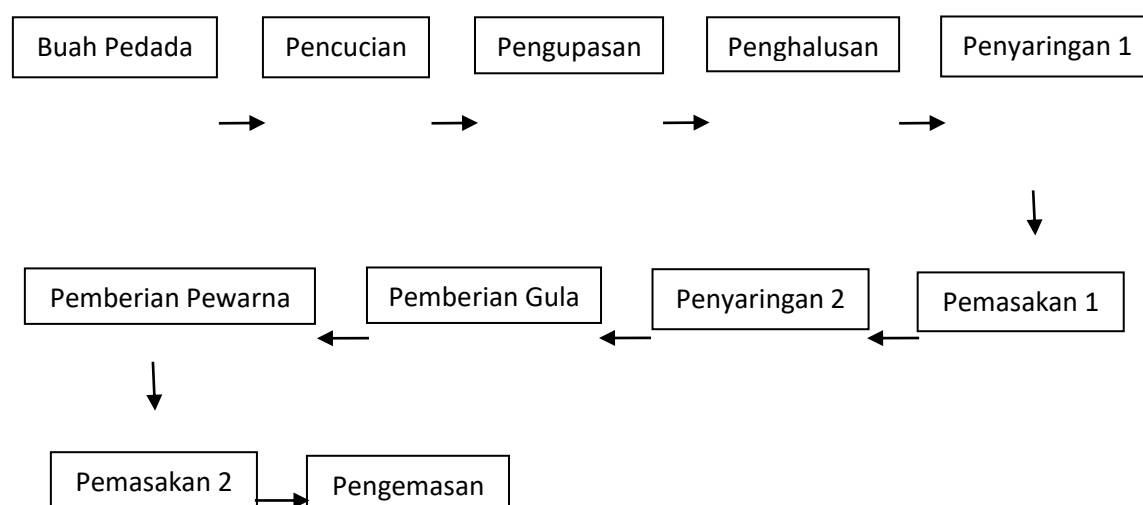
Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2005) metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian ini dilakukan di Jalan. Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai. Populasi dari penelitian ini adalah pengusaha sirup pedada yang ada di Tanjungbalai yang jumlahnya 1 penentuan lokasi ini ditentukan secara sengaja (Purposive) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan satu-satunya usaha Home Industry penghasil sirup pedada yang ada di Kota Tanjungbalai. Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka sebagai teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini ada dua yaitu analisis pendapatan dan strategi pemasaran menggunakan 7P atau marketing mix.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Pengolahan Sirup Pedada

Usaha pengrajin sirup pedada adalah pengrajin sirup pedada yang berada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai. Dan usaha sirup pedada ini yang dalam pengolahannya menggunakan tenaga kerja dari dalam keluarga. Setelah alat-alat yang dibutuhkan dalam proses produksi sirup pedada dan bahan baku utama sudah tersedia maka proses produksi dapat dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut:

Berikut adalah proses pengolahan dari buah pedada menjadi sirup pedada:



Sirup pedada merupakan hasil olahan buah pedada yang di olah melalui beberapa proses tahapan hingga menjadi sebuah produk yang bias dikonsumsi sebagai bahan minuman, untuk mendapatkan hasil yang bagus proses produksinya memakan waktu 5 jam.

Biaya Tetap

Ketersediaan modal yang mencukupi dalam menjalankan suatu usaha sangat diperlukan demi keberlangsungan usaha yang dijalankan. Besar atau kecilnya modal yang digunakan tergantung skala usahanya. Semakin besar usaha yang dijalankan semakin besar modal yang digunakan dan demikian sebaliknya. Adapun penggunaan biaya tetap dalam usaha sirup pedada didaerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Rata-Rata Biaya Tetap Usaha Sirup Pedada per Bulan

Uraian	Total	Biaya Penyusutan/bulan
Biaya Tetap	4.705.000	145.624

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Tabel 7 di atas memperlihatkan bahwa biaya yang dibutuhkan untuk peralatan usaha sirup pedada mencapai Rp 4.705.000 sedangkan biaya penyusutan peralatan per bulan adalah Rp. 145.624/bulan.

Biaya Variabel

Biaya variabel adalah pengeluaran yang diperlukan untuk menghasilkan sejumlah produk tertentu dalam proses produksi. Biaya variabel dapat digolongkan atas dasar hubungan perubahan volume produksi. Secara rinci bahan penunjang yang digunakan dalam usaha sirup pedada dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Rata-Rata Biaya Variabel Usaha Sirup Pedada per Bulan

Uraian	Total
Biaya Variabel	1.980.000

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Dari Tabel 8 dapat diketahui bahwa biaya variabel dalam usaha sirup pedada dalam satu bulan adalah Rp. 1.980.000.

Pendapatan

Penerimaan usaha sirup pedada adalah hasil dari penjualan sirup pedada selama satu bulan. Jumlah penerimaan dari usaha sirup pedada dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini

Tabel 6. Penerimaan Usaha Sirup Pedada per Bulan (Rp)

Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	Total
Sirup Pedada	160	Botol	30.000	4.800.000

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa sirup yang dijual memiliki harga mulai dari Rp.30.000/botol. Total penjualan sirup pedada dalam sebulan mencapai 160 botol, dan penerimaan yang diperoleh pedagang sirup pedada sebesar Rp. 4.800.000.

Pendapatan adalah selisih antara total penjualan dan biaya. Biaya ini sering dapat diagi menjadi dua kategori: biaya tetap dan biaya tidak tetap seperti (Soekartawi, 2002). Pendapatan adalah kegiatan pedagang untuk mengembalikan sebagian biaya yang dikeluarkan, karena penjualan dikurangi biaya, nilainya positif, kemudian biayanya dikurangi, dan nilainya positif maka diperoleh pendapatan (laba) (Sukirno, 2005).

Rumus dari pendapatan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Ket :

π = Keuntungan (Rp/Bln)

TR = Total penerimaan (Rp/Bln)

TC = Total biaya (Rp/Bln)

Pendapatan usaha sirup pedada dalah hasil dari penjualan sirup pedada yang telah dikurangi biaya selama satu bulan. Jumlah pendapatan dari usaha sirup pedada dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini

Tabel 9. Rata-Rata Usaha Sirup Pedada per Bulan (Rp)

Uraian	Jumlah(Rp)
Penerimaan	4.800.000
Penyusuta Biaya Tetap	145.624
Biaya Variabel	1.980.000
Pendapatan	2.674.376

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Tabel 9 memperlihatkan bahwa pendapatan usaha sirup pedadaper bulan sebesar Rp. 2.674.376. Penerimaan yang didapatkan usaha sirup pedada sebesar Rp.4.800.000, sedangkan biaya yang dikeluarkan terdiri dari penyusutan biaya tetap sebesar Rp. 145.624 dan biaya variabel sebesar Rp. 1.980.000.

Strategi Pemasaran 7P



Pengertian bauran pemasaran adalah sebagai berikut: “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi, yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. (Kotler dan Keller, 2007 dalam Selang, 2013).

Ada tujuh unsur atau variabel bauran pemasaran (Kristanto 2011), yakni:

1. Produk (Product)

Menurut (Kotler, 2002 dalam Daryanto, 2019) produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk di perhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk adalah Suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Berdasarkan dari hasil penelitian saya dilapangan, menyatakan bahwa sirup pedada yang dijual dijalan bambu kuning memiliki cita rasa yang enak, sirup pedada yang diproduksi memiliki kualitas yang baik dibandingkan sirup yang lain dan rasa dari sirup pedada ini jauh lebih enak dibandingkan dengan sirup lainnya. Sesuai pernyataan dari ibu Asroh Tambunan yang menyatakan sirup pedada memiliki rasa yang khas dibandingkan dengan sirup lainnya, untuk detail sebagai berikut:

“iyaa sirrup berombang ini rasanya itu enak, segar karena rasanya itu ada asam asamnya, disukai sama semua orang. Terus sirup berombang ini kualitas dia bagus dibandingkan sirup yang lain, dia lebih tahan, tanpa dikulkas pun dia bisa tahan berbulan-bulan asalkan tutup botlnya ditutup rapat. Kalau menurut saya lebih enak la dari sirup lainnya yang ibuk coba” (Ibu Asroh Tambunan)

2. Harga (Price)

Kotler dan Amstrong (2013 dalam Daryanto, 2019), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa; sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk menukarkannya dengan keuntungan untuk memperoleh barang atau jasa.

Penetapan harga produk yang ditawarkan memerlukan suatu kejelian karena variabel ini mempengaruhi pendapatan total dan biaya total perusahaan. Berdasarkan



dari hasil penelitian saya dilapangan, menyatakan bahwa harga sirup pedada yang ditawarkan sesuai dengan kualitas sirup yang dijual, harga sirup pedada relatif terjangkau dan harga sirup pedada akan mahal jika harga bahan baku meningkat. Sesuai pernyataan dari ibu Asroh Tambunan yang menyatakan bahwa harga sirup pedada yang ditawarkan sesuai dengan kualitas, untuk detailnya sebagai berikut:

“harga sirup berombang yang ibu jual memang lebih sedikit mahal dibanding olahan sirup yang lain contohnya sirup kurnia, itu harganya Cuma 18.000, tapi bedanya kalo sirup berombang ini kita campurkan sedikit aja ke dalam air minum sudah terasa, itu sebanding dengan harga dan kualitasnya” (Ibu Asroh Tambunan)

3. Place (Tempat / Jalur Distribusi)

Place/Tempat adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Tempat sebagai kumpulan dari organisasi-organisasi yang independen, yang membuat suatu barang atau jasa menjadi tersedia sehingga pelanggan dapat menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut (Jannah, 2017).

Pelanggan yang dimaksud bisa merupakan pelanggan individu ataupun pelanggan bisnis. Ketersediaan dalam elemen tempat dapat diartikan menjadi beberapa hal, yaitu: kenyamanan, keberadaan, variasi, dan hemat tempat dan waktu. Berdasarkan dari hasil penelitian saya dilapangan, menyatakan bahwa letak lokasi usaha sirup pedada strategis dan usaha sirup pedada memiliki tempat yang bersih.

4. Promotion (Promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan sasaran pasar atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Tjiptono 2007 dalam Selang, 2013).

Kegiatan-kegiatan promosi mencakup: Periklanan, Personal Selling, Promosi Penjualan, Publisitas, serta direct marketing. Berdasarkan dari hasil penelitian saya dilapangan, menyatakan bahwa promosi penjualan dilakukan melalui sosial media dan saat promosi dijelaskan informasi kandungan dan manfaat sirup pedada untuk detailnya sebagai berikut:

“ibuk buat promosinya lewat facebook, dari WhatsApp jugo sama dibantu promosi lewat sodara dan tetangga-tetangga sekitar, untuk hari-hari besar menjelang bulan



ramadhan, idul fitri saya buat diskon untuk pembelian yang banyak” (Ibu Asroh Tambunan)

5. People (Orang/Pelaku Usaha)

Menurut Setyorini. (2010) Strategi bauran pemasaran people, berhubungan dengan perencanaan sumber daya, job specification, job description, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja. Perencanaan sumber daya manusia (SDM) merupakan fungsi yang pertama-tama harus dilaksanakan dalam organisasi.

Pelaku usaha sirup pedada ini bernama Ibu Asroh Tambunan. Ibu Asroh beralamat di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjung Balai. Ibu Asroh dibantu 1 orang tenaga kerja yaitu anaknya sendiri. Ibu Asroh merupakan satu-satunya pelaku usaha sirup pedada ini, yang dimana ibu Asroh mendapatkan ide untuk mengolah buah pedada menjadi sirup pedada ini dari *Youtube*, kemudian ide ini dikembangkan Ibu Asroh karena di Tanjung Balai tanaman mangrove ini masih banyak sehingga bisa mendukung Ibu Asroh dalam mengembangkan idenya. Usaha sirup pedada ini sudah berjalan sejak tahun 2017 sampai dengan saat ini.

6. Physical Evidence (Bukti fisik/Lingkungan Fisik)

Lingkungan fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan layout yang nampak sebagai objek.

Lingkungan fisik ini dari daerah penghasil sirup pedada ini sangat mendukung, karena di daerah kota Tanjung Balai memiliki hutan mangrove yang luas, dimana tanaman mangrove ini hidup di sepanjang aliran sungai ini membuktikan bahwa usaha sirup pedada dapat dikembangkan lebih besar lagi, karena untuk tanaman mangrovenya masih banyak tersedia di sekitar kota Tanjung Balai.

7. Proses

Strategi proses berhubungan dengan tata letak ruang alur produksi dan alur penjualan produk. Tata letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang.

Proses pembuatan sirup pedada ini melalui beberapa tahap yang mana pengadaan bahan baku dilakukan terlebih dahulu. Setelah bahan baku tersedia, selanjutnya dilakukan pencucian buah pedada terlebih dahulu untuk menghilangkan kotoran-

kotoran yang menempel pada buah. Setelah itu buah pedada dikupas kulitnya, selanjutnya dilakukan penghalusan buah pedada dengan menambahkan sedikit air untuk mendapatkan sari pati dari buah pedada ini. Kemudian dilakukan penyaringan pertama pada buah pedada yang telah dihaluskan untuk memisahkan biji dan kotoran-kotoran lainnya yang terikut dalam proses penghalusan. Setelah itu dilakukan pemasakan pertama untuk memisahkan sari pati buah dan ampas daging buah, yang mana pada tahapan pemasakan pertama ini memerlukan waktu pemasakan selama 15 menit. Selanjutnya dilakukan penyaringan kedua setelah pemasakan pertama, pada tahapan ini dilakukan untuk mendapatkan sari pati dari buah pedada dan memisahkan ampas daging buah yang sudah di masak. Sebelumnya selama 15 menit. Kemudian tambahkan gula pasir dan pewarna makanan berwarna hijau kedalam olahan sirup pedada untuk menambahkan rasa manis pada sirup pedada ini. Alasan diberikannya pewarna makanan berwarna hijau yaitu untuk menyesuaikan dengan warna asli dari buah pedada yaitu berwarna hijau. Selanjutnya dilakukan pemasakan kedua, yang mana pada tahapan ini memerlukan waktu selama 5 jam untuk mendapatkan hasil yang bagus dan maksimal untuk olahan sirup pedada sampai bisa dipasarkan nantinya. Tahapan selanjutnya yaitu pengemasan sirup pedada yang telah di dinginkan terlebih dahulu setelah sirup pedada dimasukkan kedalam botol kemasan, tutup botol kemasan dengan rapat dan sirup pedada dapat dipasarkan kepada konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis pendapatan usaha sirup pedada memiliki keuntungan sebesar Rp. 2.674.376/bulan, Pendapatan tersebut dapat ditingkatkan dengan menambah jumlah produksi sirup pedada. Dalam usaha sirup pedada ini membutuhkan modal yang tidak besar, hal tersebut harus sesuai dengan ketersediaan bahan baku dan permintaan konsumen. Bahan baku buah pedada merupakan salah satu faktor utama yang dibutuhkan dalam memproduksi sirup pedada. Hal ini karena jumlah bahan baku buah pedada yang diolah akan menentukan jumlah sirup yang akan dihasilkan.



Usaha sirup pedada ini merupakan pekerjaan sampingan ibu Asroh Tambunan, dimana pekerjaan ini dapat menambah pendapatan ibu Asroh Tambunan dan dapat meningkatkan income rumah tangga.

Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dengan Menggunakan 7P (*Price, Place, Promotion, Product, People, Physical Evidence, Process*) sirup pedada pada Usaha sirup pedada di dalam kegiatan usahanya menerapkan strategi pemasaran bauran pemasaran. Untuk menganalisa strategi pemasarannya dengan menggunakan 7 variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Diantaranya sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Strategi pemasaran produk yang dilakukan usaha sirup pedada selalu menjaga kualitas produknya yaitu dengan menggunakan bahan bakubuah pedada yang segarsehingga rasa sirup pedada ini lebih enak dan memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan sirup sejenis lainnya. Tujuannya agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan kembali lagi untuk membeli produk di usaha sirup pedada. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan usaha sirup pedada selalu mengembangkan produknya yaitu dengan cara mengedepankan kualitas produk, selalu konsisten dan berinovasi, karena hal tersebut merupakan faktor yang sangat penting untuk menunjang kepuasan pelanggan. Strategi produk yang dilakukan untuk mengembangkan produk di usaha sirup pedada.

2. Harga (*Price*)

Dalam penerapan harga usaha sirup pedada menyesuaikan dengan kualitas yang ditawarkan. Harga sirup pedada dijual Rp. 30.000 per botol. Dari Segi *Price* produk sirup pedada yang sudah diterapkan oleh sangat baik dan sudah mengikuti standar pasar, dan ini pun ditentukan oleh bagian *principal*. Harga dari produk sirup pedada ini terbilang mahal dikarenakan selain untuk diminum, sirup ini juga memiliki khasiat yaitu bisa menjadi obat untuk asam lambung, mengobati panas dalam dan menjaga kestabilan tubuh.

3. Tempat (*Place*)

Strategi tempat/saluran distribusi yang dilakukan Usaha sirup pedada memilih tempat strategis yang berdekatan dengan pemukiman warga dan perumahan, dimana tempat penjualan sirup pedada ini masih dilakukan di rumah pemilik usaha. Selain itu lokasi usaha sirup pedada sangat mudah diakses, jarak yang ditempuh dari pusat kota

Tanjungbalai berkisar 5 km, dan usaha sirup pedada dekat dengan jalan lintas kota berkisar 1 km.

4. Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi untuk meningkatkan penjualan yang diterapkan oleh usaha sirup pedada dengan menggunakan periklanan (*advertising*) yang memanfaatkan media social masih terbilang sederhana, dikarenakan pada label hanya tertera nomor handphone. Akan tetapi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini dimanfaatkan oleh usaha sirup pedada sebagai media dalam memberitahu kepada konsumen akan produk sirup pedada yang tersedia tentang produk yang akan dipasarkan dan tentunya lebih cepat diterima dengan menggunakan beberapa media social yaitu: Whatsapp dan Facebook.

5. Orang (*People*)

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) aspek *people* belum sepenuhnya diterapkan usaha sirup pedada dengan baik dikarenakan usaha sirup pedada ini belum besar dan hanya membutuhkan 1 tenaga kerja tambahan yang membantu selama proses produk sirup.

6. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Physical evidence merupakan lingkungan dimana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (*tangible*) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan. Lingkungan fisik ini dari daerah penghasil sirup pedada ini sangat mendukung, karena di daerah kota Tanjung Balai memiliki hutan mangrove yang luas, dimana tanaman mangrove ini hidup di sepanjang aliran sungai ini membuktikan bahwa usaha sirup pedada dapat dikembangkan lebih besar lagi, karena untuk tanaman mangrovenya masih banya tersedia di sekitar kota Tanjung Balai.

7. Proses

Strategi bauran pemasaran aspek *process* mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi, fleksibilitas, biaya yang dikeluarkan, serta kualitas produk yang dikembangkan. Strategi bauran pemasaran aspek *process* berhubungan dengan tata letak ruang, alur produksi, dan alur penjualan produk. Dalam penerapan strategi bauran pemasaran aspek *process*, usaha sirup pedada Ibu Asroh sudah menerapkannya dengan baik. Dapat dilihat pada proses produksi. Alur produksi teratur sehingga lancar. Usaha sirup pedada ibu Asroh merupakan industri yang bergerak dalam bidang minuman, menerapkan sanitasi



dan hygiene dengan baik dalam proses produksi untuk menjaga kualitas produk. Strategi bauran pemasaran aspek process juga membahas bagaimana alur penjualan produk kepada konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha sirup pedada maka dapat diambil simpulan yaitu, Pendapatan usaha sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai per bulan adalah sebesar Rp. 2.674.376, dan Penerapan strategi marketing mix (7P) sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai ditinjau dari segi produk yaitu produk ini sudah berlogo halal dan memiliki ukuran 550 ml. Dari segi price (harga) sirup pedada sebesar Rp. 30.000. Dari segi tempat pemasaran sirup pedada masih dilakukan dirumah pelaku usaha. Dari segi promotion masih bersifat sederhana, dikarenakan pada kemasan botol hanya tertera nomor handphone saja. Dari segi people usaha sirup pedada memberikan pelatihan kepada tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi. Dari segi *Physical Evidance* (Tampilan fisik), penataan produk di lokasi usaha sirup pedada tersusun rapi dan menarik. Dari segi proses Proses produksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene.

DAFTAR PUSTAKA

- Jannah (2017). Jember Fashion Carnival: Kontruksi Identitas dalam Masyarakat Jaringan. Jurnal Sosiologi Masyarakat, Vol. 17 (2), Hal. 135-151.
- Kotler dan Amstronng. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi kesembilan, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta. Indeks. Kotler, Philip.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kristanto. (2011). Ekonomi Makro. Jakarta. Period.
- Kotler, Philip. (2002), Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Priyono A, Ilminingtyas D, Mohson, Yuliani LS, dan Hakim TL.2010.Beragam Produk Olahan Berbahan Dasar Mangrove.Kesemat. Semarang.
- Setyorini, Retno. (2013) *Manfaat Hasil Brlajar Pengelolaan Usaha Jas Boga Kesiapan Peserta Didik Berwirausaha Warung Makan*. repository.upi.edu. perpustakaan.upi.edu.
- Soekartawi. (2002). Analisis Usaha Tani. Jakarta: UI-Press.
- Sukirno, Sadono. (2005). Pengantar Teori Ekonomi Makro. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Yogyakarta. Husein Umar.
- Waryono, T dan Didit. (2002). Restorasi Ekologi Hutan Mangrove. Seminar Nasional Mangrove, Jakarta: Hotel Borobudur 21 Oktober 2002.
- Risnandar, Yudi. (2017) Sistem Rekomendasi Menu Dengan Menggunakan Algoritma Apriori Universitas Pendidikan Indonesia. repository.upi.edu. perpustakaan.upi.edu.

