

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Balsem Pala (Studi Di Desa Brongkendk Kecamatan Fakfak Papua Barat)

Lukman Kanabara^{*}

Ridwan Basalamah^{}**

Budi Wahono^{*}**

Email : kanabara123@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstrack

Fakfak Regency has MSMEs that operate in the Nutmeg Agroindustry sector. One of the products that was successfully made was Nutmeg Balm. Nutmeg balm is made from nutmeg fat and several types of herbs grown by Fakfak farmers. Fakfak Nutmeg Balm is a brand of balm produced by BUMKam (Village-Owned Enterprise) Brongkendik Village. BUMKam was founded in 2017 and only became active as an entrepreneur in October 2020. The research aims to find scientific facts related to science. Research methods have the meaning of the sequence or procedures for researchers to find answers to problems posed by researchers, so to find answers to problems posed by researchers using a qualitative approach method. The results of the research show that four indicators in measuring marketing strategy analysis in increasing sales of nutmeg balm products in MSMEs in Brongkendik village, Fakfak sub-district, such as product, price, distribution and promotion in Brongkendik village, Fakfak district. The role of BUMKam in increasing sales of nutmeg balm products in the MSMEs of Brongkendik Village, Fakfak Regency, by looking at the product dimension indicators, can be said to have not been fully implemented well because even though the quality of the nutmeg balm product is very adequate and high quality, in terms of packaging it has not yet received a patented packaging design. and still changing

Keywords : BUMKam, Nutmeg Balm, Agroindustry.

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu Negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah Cina India dan Amerika Serikat, Indonesia mempunyai 34 provinsi yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dan menurut data dari BPS tahun 2010 jumlah suku di Indonesia sebanyak 1,340 suku dan 652 bahasa daerah dan memiliki 17 ribuh pulau. bahasa resmi yang digunakan di Indonesia adalah bahasa Indonesia.

Peran UMKM di Indonesia sangat signifikan bagi perekonomian terutama dalam menciptakan lapangan kerja serta mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. UMKM di negara berkembang termasuk di Indonesia umumnya memiliki karakteristik dengan jumlah yang sangat banyak, tersebar di seluruh daerah dan menyerap tenaga kerja atau padat karya. Hingga saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih merupakan salah satu sektor unggulan yang dapat menopang perekonomian Indonesia

Jumlah UMKM pada tahun 2021 tercatat mencapai 65,6 juta unit usaha, meningkat dari 46,6 juta unit pada tahun 2020. Jumlah tenaga kerja yang terlibat, dalam UMKM mencapai 119,56 juta orang pada tahun 2020 meningkat dari 114,1 juta orang pada tahun 2013. Selain sumbangsih yang besar terhadap perekonomian Indonesia, UMKM juga merupakan salah satu

solusi untuk mengurangi ketimpangan maupun kesenjangan pendapatan masyarakat Indonesia, karena sektor ini mempunyai ketahanan ekonomi yang tinggi.

Kabupaten Fakfak merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Papua barat Indonesia, pembentukan kabupaten Fakfak berdasarkan Undang-Undang N0 12 Tahun 1969 tentang Pembentukan Propinsi Daerah Otonom Irian Barat dan Kabupaten kabupaten Otonom di Propinsi Irian Barat. Ibukota kabupaten ini terletak di kecamatan Fakfak. Kabupaten Fakfak mempunyai luas wilayah 14,320 Km² terdiri dari 17 kecamatan, 7 kelurahan, dan 142 kampung pada tahun 2017, jumlah penduduk di kabupaten Fakfak mencapai 84,692 jiwa /km dengan luas wilayah 14,320,00 km² dan penyebaran penduduk 6 ribu jiwa /km. kabupaten Fakfak merupakan salah satu kabupaten yang memiliki bidang Industri berbasis sumber daya alam lokal.

Salah satu sumber daya alam lokal yaitu Buah Pala. Pala fakfak merupakan salah satu buah asli yang tumbuh di Fakfak. dan karakteristik dari pala Fakfak berbeda dengan pala yang berada di daerah lain seperti pala Banda. kandungan minyak biji pala Fakfak hanya 6,5% Kualitas dan biji pala banda, namun aromanya cukup menarik. walaupun kandungan minyak atsirinya tidak sebesar pala Banda. pala Fakfak masih dapat dikembangkan menjadi flavoring agent dan obat. Hingga saat ini pala Fakfak masih di nyatakan sebagai rempah rempah yang di akui di pasar internasional.

Tinjauan Pustaka Hasil Penelitian Terdahulu

Pertama Retno Wulan (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi” Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk, harga berpengaruh terhadap minat beli

Kedua Salfina (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Akibat Citra Merek, Kualitas Produk serta Harga Kepada Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky serta Afdal Pariaman” Output melihat bahwa citra merek kualitas produk berakibat kepada minat beli.

Ketiga Bakti, dan *et. al* (2020) “Akibat kualitas pelayanan, produk serta harga kepada minat beli pada toko online lazada di bandar lampung” Output melihat bahwa kualitas pelayanan berakibat positif kepada minat beli, kualitas produk berakibat positif kepada minat beli

Keempat Pratiwi dan Ananda (2021) “pengaruh perceived value dan viral marketing terhadap kepercayaan dan dampaknya pada minat beli ulang” Hasil menunjukkan bahwa perceived value dan viral marketing berakibat signifikansi kepada minat beli sedangkan kepercayaan, viral marketing tidak berakibat signifikansi kepada minat beli,

Kelima Riel dan Ananda (2021) “Pengaruh Viral Marketing Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening” Hasil menunjukkan bahwa viral marketing berakibat positif kepada minat beli. Kepercayaan, viral marketing berakibat positif kepada minat beli, serta kepercayaan berakibat positif kepada minat beli

Kajian Teoritis

Usaha mikro

Erwansyah (2019) berjudul “Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Sektor Pangan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Ukm Di Kecamatan Balik Bukit, Lampung Barat)”, penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif yang berfokus pada pengembangan UMKM sektor pangan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kecamatan Balik Bukit. Hasil dari penelitian ini adalah pemberdayaan yang dilakukan belum maksimal karena terpenuhinya kebutuhan primer dan sekunder

sedangkan kebutuhan tersier belum terpenuhi.

Strategi Pemasaran (X)

Irvan Zevi (2018) analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT PRODERMA SUKSES MANDIRI bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran terhadap penjualan produk

Hanifah Afro Fitria (2019) „Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo)““. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif yang mengandalkan uraian deskriptif.

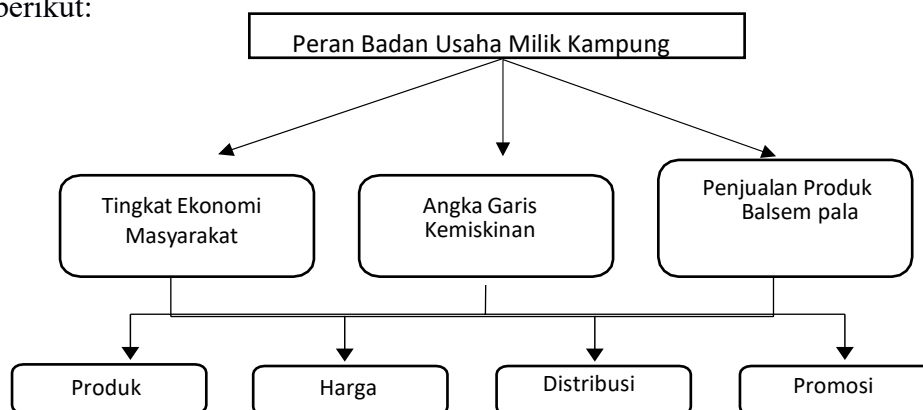
Sri Sugianti (2019) “Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Mensejahterakan Karyawan Di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan karyawan pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan untuk mengetahui peranan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mensejahterakan karyawan di Pusat Oleh Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Meningkatkan Penjualan (Y)

Ade Muhammad (2020) “Peranan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan““. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perkembangan UKM membutuhkan kontribusi dari masyarakat sekitar dan dukungan dari pemerintah

Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dibuat kerangka konseptual seperti berikut:



Gambar 1 Meningkatkan Penjualan Produk Balsem

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan bagan diatas dapat dijelaskan bahwa peran BUMKAM di Desa Brongkendik Kabupaten Fak-fak adalah salah satu badan usaha milik desa yang didirikan dengan harapan akan memberikan dampak kepada masyarakat desa agar lebih sejahtera serta dapat juga memberikan manfaat yang lebih baik kepada masyarakat. namun dalam penelitian secara singkat yang peneliti lakukan di Desa Brongkendik terkait dengan peran

BUMKAM didapati bahwa BUMKAM belum memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat

Metode Penelitian

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai mengumpulkan data dalam periode tertentu. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif atau lebih spesifik menggunakan metode interaktif. Menurut Sugiyono (2008: 244), “analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain.”

Jenis Penelitian

Jenis riset yang dipakai ialah kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang ada. Riset berikut bermaksud buat menguji hipotesa dengan pengukuran statistik

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kampung brongkendik dan umkm yang mengelola umkm teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif atau lebih spesifik menggunakan metode interaktif. Menurut Sugiyono (2008: 244), “analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain

Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai mengumpulkan data dalam periode tertentu. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif atau lebih spesifik menggunakan metode interaktif. Menurut Sugiyono (2008: 244) Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data. Seperti dikemukakan oleh Miles dan Huberman (2014:14), didalam analisis data kualitatif terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Aktivitas dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan/ verifikasi

Pembahasan Dan Implementasi

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Balsem Pala di UMKM Desa Brongkendik Kabupaten Fakfak.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang berperan penting artinya UMKM dalam hal ini adalah salah satu faktor penentu dalam meningkatkan penjualan produk di UMKM Kampung Brongkendik yang Memiliki Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam). Oleh sebab itu peran Direktur Utama beserta para pegawai merupakan penanggung jawab atas keberhasilan atau tidaknya dalam meningkatkan penjualan balsem pala di UMKM Kampung Brongkendik Kabupaten Fakfak.

1. Dimensi Produk
2. Dimensi Harga
3. Dimensi Distribusi
4. Dimensi Promosi

Analisis dan Pembahasan

Peran Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) dalam Meningkatkan Pendapatan Produk Balsem Pala di UMKM Kampung Brongkendik Kabupaten Fakfak

Upaya dan usaha terus dilakukan oleh Badan Usaha Milik Kampung dalam mempromosikan Balsem Pala untuk meningkatkan penjualan serta menarik dan menginformasikan masyarakat untuk membeli dan mempercayai produk dalam negeri. Jika dilihat dari apa yang dijelaskan oleh pengurus BUMKAM dan masyarakat kampung dimana promosi Balsem Pala belum menyebar luas dan belum ada peningkatan karena masih tergolong produk baru. Hal ini mempresentasikan apa yang dijelaskan dalam teori Mulyadi (2010:127) yaitu promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan

Kesimpulan dan saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Balsem Pala di UMKM Kampung Brongkendik Kabupaten Fak-fak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat indikator dalam mengukur analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk balsem pala seperti produk, harga, distribusi dan promosi di Kampung Brongkendik Kabupaten Fakfak.

Analisis strategi dalam meningkatkan penjualan produk di UMKM Kampung Brongkendik Kabupaten Fakfak dengan melihat dari indikator dimensi produk dapat dikatakan belum sepenuhnya terlaksana dengan baik sebab meski secara kualitas produk balsem pala sudah sangat memadai dan berkualitas baik itu dari segi kemasan pekingan suda bagus. Kemudian untuk dimensi harga dari hasil penelitian dan pembahasan menyimpulkan bahwa dengan harga Rp. 25.000,00 per kemasan dapat dikatakan sudah sesuai karena dengan harga tersebut sudah sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan dan dipasarkan sehingga dari segi dimensi harga dapat dikatakan sudah sesuai dengan standar pasar yang ada. Selanjutnya dari dimensi distribusi dapat dikatakan belum terlaksana dengan baik sebab dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa distribusi produk balsem pala masih belum optimal karena masih terkendala salah satunya adalah alat penunjang distribusi yaitu transportasi yang masih terbatas dan membutuhkan biaya yang terbilang cukup mahal dalam sekali mendistribusikan produk balsem pala ke kota ataupun keluar kota.

Sedangkan jika melihat dari indikator dimensi promosi dari hasil penelitian menyimpulkan belum terlaksana dengan baik sebab dari segi promosi produk balsem pala ini masih hanya sebatas promosi lewat informasi yang disebarkan antar warga setempat serta menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp yang terbilang masih belum optimal dalam manajemen marketing atau promosi.

Saran

1. Perlu adanya perhatian lebih dari pihak pemerintah daerah dalam rangka mendukung agar pemasaran balsem pala lebih di kenal di daerah daerah lain di luar fakfak dan tentu saja itu akan berdampak pada penjualan produk balsem pala di UMKM desa Brongkendik agar lebih meningkat, dan tentu saja hal ini dapat memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat secara khususnya masyarakat kampung dan secara umum masyarakat Kabupaten Fakfak
2. Dari segi fasilitas mulai dari rumah produksi dan perlengkapan lain lain perlu untuk di lengkapi agar tidak ada kendala dan memperlambat proses produksi yang sedang berjalan

3. Dari segi kualitas produk balsem pala dirasa perlu untuk dipertahankan kualitasnya agar dapat memberikan yang terbaik kepada pasar.
4. Dari segi promosi kedepan masih perlu ditinngkatkan agar pemasaran produk balsem pala ini bisa dikenal dan dipasarkan secara luas dan merata serta mampu bersaing dengan produk balsem pada umumnya.
5. Dari segi distribusi kedepannya perlu untuk di tingkatkan terutama dari segi transportasi karena transportasi sangat penting dalam menunjang segala kegiatan distribusi pemasaran balsem pala sehingga transportasi menjadi salah satu aspek yang perlu di perhatikan kedepannya.

Referensi

- Ade, B. A. M. (2015). Peranan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan.
- Andrianto, M. S., & Rahardja, S. (2016). Formulasi Strategi Pengembangan Agroindustri Pala Fakfak. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian Dan Lingkungan*, 3(2), 55-67.
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arliman, L. (2017). Perlindungan Hukum Umkm Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387-402.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Fakfak. 2022. Kabupaten Fakfak Dalam Angka. Fakfak: Badan Pusat Statistik Kabupaten Fakfak.
- Boediono, Pengantar Ekonomi, (Jakarta: Erlangga, 2002), H. 150.
- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif “Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi”. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2011. Analisis Data Penelitian Kualitatif “Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi”. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Erwansyah, E. (2019). *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sektor Pangan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Umkm Di Kecamatan Balik Bukit, Lampung Barat)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung). H. 40.
- Fitria, H. A. (2019). *Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo)* (Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo).
- Hery Dan Widyawati Lekok. Akuntansi Keuangan Menengah. Jakarta: Bumi Aksara (2012: Hal. 24).
- Kadeni, N. S. (2020). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191-200.
- Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima Jakarta: Raja Grafindo Persada (2012, Hal.46).
- Lexy J. Moleong. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: RemajaRosdakarya.
- Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada PegawaiNegeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. Iv No. 7: 9.
- Michell Rinda Nursandy, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape Di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso, Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, Dalam Ilham. 2022.

- Miles, M.B, Huberman, A.M, Dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. Usa: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, Ui-Press.
- Mulyadi. *Sistem Akuntansi*, Edisi Ke-3, Cetakan Ke-5. Penerbit Salemba. Empat, (2010, Hal. 127).
- Ndraha, Taliziduhu. 1985. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan*. Penerbit Yayasan Karya.
- Nurmayanti, Sri. (2019). *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sektor Pangan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*.
- Rongiyati, S. (2019). *Menata Regulasi Pemberdayaan Umkm Melalui Omnibus Law*. Vol. Xi, (23). H. 2.
- Rosy Pradipta Angga Purnama, Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, Dan Teknologi Proses Produksi Terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe Di Kota Blitar, (Malang: Universitas Brawijaya, 2014), Jurnal Ilmiah.
- Sanapiah Faisal. 1995. *Format-Format Penelitian Sosial Dasar-Dasar Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat, (2012), Hal. 132.
- Stice, Earl K. Skousen, K Fred. *Intermediate Accounting*. Jakarta: Salemba Empat (2009, Hal. 205).
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). *Strategi Pemberdayaan Umkm Menghadapi Pasar Bebas Asean*. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta. H. 6.
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). *Strategi Pemberdayaan Umkm Menghadapi Pasar Bebas Asean*. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta. H. 7.
- Sugianti, Sri. 2019. *Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat*.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor Tahun 2008 Tentang Umkm, Bab Iv Pasal 6.

Lukman Kanabara * Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Ridwan Basalamah ** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Budi Wahono *** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma