

STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAKSO KULIT PISANG (BAKUSANG)

Rizal Maulana¹, Derik Rizki Purnama², Cut Eka Utari³, Juwita Sari⁴, Resna Trimerani⁵
^{1,2,3,4,5}Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian STIPER Yogyakarta
Jl. Nangka II, Krodan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
Email Korespondensi : rizalmaulana398@gmail.com

ABSTRAK

Pisang merupakan salah satu sumber pangan yang mudah didapatkan di daerah tropis. Selain buahnya yang bisa dimakan, kulit pisang juga bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku produk makanan salah satunya adalah bakso. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memaparkan strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh usaha PKM Kewirausahaan Bakusang. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif. Hasil yang didapatkan dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha PKM Kewirausahaan Bakusang adalah lebih mengutamakan strategi untuk mempromosikan dan mengenalkan produk untuk menarik minat konsumen. Berdasarkan hasil analisis SWOT, usaha PKM Kewirausahaan Bakusang memiliki kelemahan, ketersediaan bahan baku kulit pisang berkualitas yang tidak selalu tersedia sehingga strategi yang diterapkan untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan membangun jaringan (*networking*) untuk menambah relasi dari pemasok lain. Pengembangan dan inovasi produk bakso kulit pisang perlu dilakukan untuk keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Inovasi, Bisnis, Ide

ABSTRACT

Bananas are one of the easy sources of food to get in the tropics. In addition to the edible fruit, banana peels can also be used as raw materials for food products, one of which is meatballs. The purpose of writing this article is to explain the product marketing strategy carried out by the Bakusang Entrepreneurship PKM business. The research method carried out is a descriptive method. The result of the marketing strategy carried out by the Bakusang Entrepreneurship PKM business is to prioritize strategies to promote and introduce products to attract consumers. Based on the results of the SWOT analysis, the Bakusang Entrepreneurship PKM business has weaknesses, the availability of quality banana peel raw materials that are not always available so that the strategy applied to overcome this is to build a network (networking) to add relationships from other suppliers. The development and innovation of banana peel meatball products needs to be carried out for business sustainability.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Business, Ideas

PENDAHULUAN

Pisang merupakan tanaman yang tumbuh di daerah tropis. Di Indonesia produksi pisang tersebar di 32 provinsi dan meningkat setiap tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (2019), Produksi pisang pada tahun 2021 sekitar 8,74 juta ton meningkat sekitar 0,93% dari tahun 2020. Sumbangan produksi pisang terbesar berasal dari provinsi Jawa Timur dengan produksi 2,04 juta ton, Jawa Barat 1,65 juta ton, dan Lampung 1,2 juta ton. Pisang merupakan salah satu sumber pangan yang bergizi bagi masyarakat dan mudah untuk didapatkan. Pemanfaatan pisang sendiri tidak hanya terbatas pada olahan daging buah akan tetapi sampai dengan akar. Untuk meningkatkan potensi pisang maka serangkaian penelitian olahan dan pengembangan produk pisang telah dilakukan. Kandungan pisang antara lain Antioksidan, Karbohidrat, Serat, Sodium, Potassium, Betakaroten, Vitamin A, Vitamin B1, dan Vitamin C serta Vitamin E (Amini Khoozani et al., 2019). Kadar kandungan pisang ini bisa berbeda-beda tergantung jenis pisang. Jenis pisang yang tumbuh di Indonesia sendiri memiliki berbagai spesies, selain itu kandungan pisang baik pada daging maupun kulitnya memiliki pengaruh positif terhadap industri pangan.

Olahan kulit pisang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku pangan dan bahan baku industri. Penelitian terkait pemanfaatan kulit pisang sebagai bahan pangan antara lain sebagai tepung, brownies, permen, kripik, kerupuk, nata de banana dan lain sebagainya. Selain sebagai bahan pangan, olahan kulit pisang juga digunakan sebagai bahan baku industri. Industri pangan khususnya camilan di Indonesia cukup digemari oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Berbagai camilan telah di buat dengan memanfaatkan pisang sebagai bahan utama. Namun karna banyaknya limbah kulit pisang, maka masyarakat juga banyak memanfaatkan kulit pisang sebagai bahan baku untuk membuat makanan. Tidak diragukan lagi, banyak camilan yang memakai kulit pisang seperti permen, ice cream, dan masih banyak lagi. Selain enak dibuat makanan, kulit pisang juga menawarkan khasiat dari vitamin B6 dan vitamin B12 serta Magnesium dan Kalium yang baik untuk jantung Seperti yang disebutkan pula sebelumnya, kulit pisang juga mengandung senyawa Antioksidan berupa Karotenoid dan Polifenol (Aryani et al., 2018).

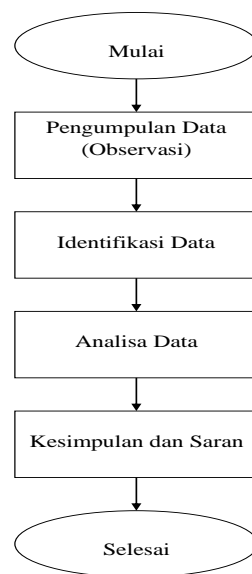
Bakusang merupakan sebuah makanan berbahan utama kulit pisang, dan dijadikan bakso atau yang disebut bakso kulit pisang. Bakusang sendiri memberikan variasi menarik bagi masyarakat, agar kiranya masyarakat dapat menikmati makanan yang lezat juga sehat. Selain itu bisa dilihat, di sekitar kota Sleman para pedagang bakso masih membuat bakso menggunakan tepung dan daging, belum ada pedagang yang fokus menjual bakso yang terbuat dari kulit pisang. Alasan tersebut yang menjadi landasan kami untuk melakukan inovasi pembaruan camilan dari limbah organik yang kaya akan manfaat yang baik untuk tubuh manusia dibuatnya bakusang, sebagai inovasi untuk jenis camilan yang lezat dan juga sehat.

Tujuan dari pembuatan produk bakso yang terbuat dari kulit pisang ini adalah untuk memperkelakan inovasi produk dari sampah makanan (*Food Waste*) yang memiliki nilai ekonomis, serta membantu mencapai program “*Sustainable Development Goals*” (SDGs) khususnya untuk SDG 2 (*Zero Hunger*) dan SDG 12 (*responsible consumption and production*). Berdasarkan penelitian yang diadakan oleh The Economist Intelligence Unit (EIU) pada tahun 2017, Indonesia merupakan negara kedua penghasil sampah makanan terbanyak di dunia, yaitu sekitar 300 kg tiap individu. Hal

ini cukup miris apabila dibandingkan dengan tingkat kelaparan Indonesia yang beberapa tahun ke belakang yang berada pada tingkat serius.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif berupa pada usaha PKM Kewirausahaan Bakusang (Bakso Kulit Pisang). Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan proses kegiatan dan strategi pemasaran yang dilakukan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang mulai dari perencanaan produk, implementasi, produksi, hingga proses pemasaran. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dengan mengamati secara langsung proses kegiatan yang dilakukan. Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT pada produk bakso kulit pisang serta mengidentifikasi strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang (Bakso Kulit Pisang).

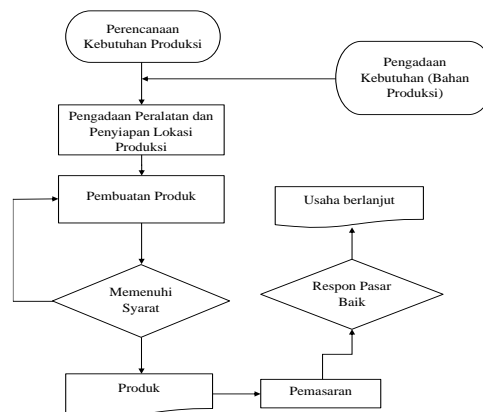


Gambar 1. Diagram Alir Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses Perencanaan Usaha

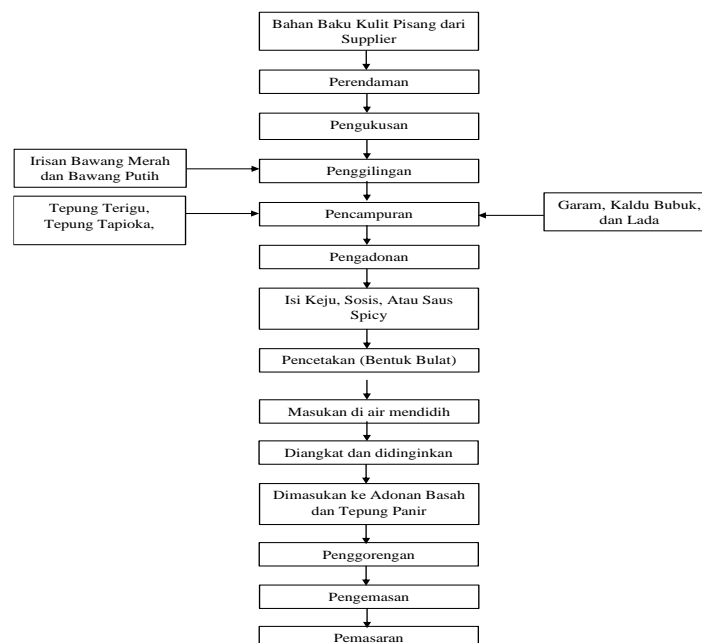
Secara umum tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah perencanaan produk yang disajikan pada Diagram 2. Perencanaan produk merupakan serangkaian aktivitas mulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk (Ulrich & Eppinger, 2001 dalam Murnawan et al., 2016). Kegiatan yang dilakukan di tahap perencanaan adalah merencanakan kebutuhan bahan baku dan pengadaan alat produksi. Perencanaan kebutuhan bahan baku meliputi survey, mencari dan menentukan supplier bahan baku kulit pisang, penyediaan dan pembelian alat produksi, serta penentuan lokasi produksi. Pada tahap perencanaan ini, dilakukan percobaan uji resep dan pemberian tester kepada konsumen untuk mengetahui kelayakannya sebelum dilakukan proses pemasaran. Tujuan pemberian *tester* adalah untuk mengetahui *feedback* kekurangan dan kelebihan produk yang selanjutnya akan di evaluasi supaya diperoleh produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.



Gambar 2. Alur Perencanaan Usaha

B. Proses Produksi dan Pemasaran

Tahap selanjutnya adalah produksi. Produksi adalah kegiatan mengubah *input* menjadi *output* untuk menghasilkan barang atau jasa. Produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan atau utilitas suatu barang dan jasa (Sofjan, 2008). Kegiatan produksi yang dilakukan di Usaha PKM Kewirausahaan Bakusang adalah untuk mengubah atau mentransformasikan kulit pisang dan bahan pendukung lainnya menjadi produk bakso untuk menciptakan kegunaan barang dan memperoleh nilai tambah. Langkah-langkah proses produksi mulai dari bahan baku diterima sampai menjadi produk disajikan pada Diagram 3, yaitu sebagai berikut :



Gambar 3. Diagram Flowchart Produksi

Setelah melakukan produksi, tahap selanjutnya adalah pemasaran produk. Pemasaran adalah semua kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari

barang atau jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai (Gumbira & Rachmayanti, 2001). Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarah pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.(Winarto, 2011). Pada tahap ini diterapkan strategi *segmenting, targeting, dan positioning* (STP) untuk mempertahankan citra baik produk dalam benak konsumen. Metode penjualan yang diterapkan adalah metode *Pre Order*, di mana produk baru di produksi ketika ada pesanan dari konsumen. Hal tersebut dilakukan karena sistem *Pre Order* sangat praktis dan efektif penerapannya, karena pada metode *Pre Order* proses produksi dilakukan sesuai dengan jumlah produk yang dipesan konsumen, sehingga tidak ada sisa produk yang tidak terjual.

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Untuk mencapai misi, tujuan, sasaran serta kebijaksanaan perusahaan yang telah ditetapkan, manajemen perlu memperhatikan dua faktor pokok yaitu faktor eksternal yang tidak dapat di kontrol atau berada di luar bidang manajemen, serta faktor internal yang sepenuhnya berada di dalam kendali manajemen (perusahaan). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*) (Rangkuti, 2014). Berikut adalah identifikasi SWOT serta strategi yang diterapkan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang :

Tabel 1. Tabel Analisis SWOT

<i>Strength</i> (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none">1. Produk memiliki rasa yang enak.2. Produk memiliki banyak varian rasa.3. Harga produk murah.4. Produk yang ditawarkan memiliki kandungan nutrisi yang baik.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none">1. Produk masih jarang dikenal oleh masyarakat.2. Terbatasnya bahan baku kulit pisang yang berkualitas.3. Kurangnya reputasi produk.4. Keberlanjutan usaha tergantung dari ketersediaan bahan baku kulit pisang.
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none">1. Produk masih jarang dikenal oleh masyarakat.2. Terbatasnya bahan baku kulit pisang yang berkualitas.3. Kurangnya reputasi produk.4. Keberlanjutan usaha tergantung dari

	ketersediaan bahan baku kulit pisang.
<i>Threats</i> (Ancaman)	1. Produk mudah dititru. 2. Munculnya pesaing baru dengan produk serupa.

D. Strategi Bauran Pemasaran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai seperangkat variabel pemasaran, yang dapat dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan terhadap produknya. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud dalam definisi tersebut adalah keputusan dalam empat variable, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi (Kotler & Armstrong, 2008). Konsep dalam bauran pemasaran terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) atau disebut dengan 4P. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di terapkan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Bakusang merupakan produk bakso berbahan dasar kulit pisang dengan berbagai isian dan varian rasa. Komposisi produk Bakusang terdiri dari tepung tapioka, tepung terigu, tepung maizena, tepung panir, kulit pisang, bawang merah, bawang putih, lada, garam, penyedap rasa, telur dan susu UHT. Bahan untuk isian varian rasa Bakusang terdiri dari keju, sosis, dan saos khusus. Varian rasa bakusang terdiri dari varian original, sosis, keju dan, spicy lava. Saat ini usaha PKM Kewirusahaan Bakusang hanya menjual jenis bakso goreng saja.

Kemasan yang digunakan dalam pengemasan produk Bakusang adalah kemasan paper lunch box ukuran Small dengan dimensi 12 cm x 7 cm x 5 cm dan paper lunch box ukuran Medium dengan dimensi 16 cm x 9 cm x 5 cm. Bakusang dijual dengan bentuk *pack* sesuai dengan ukurannya. Ukuran *Small* berisi sebanyak 6 bakso sedangkan ukuran Medium berisi sebanyak 8 bakso. Di dalam kemasan juga disediakan saos sambal yang yang dikemas dalam kemasan *ziplock* dengan ukuran 4 cm x 6 cm.



Gambar 4. Packaging Bakusang

2. Harga (*Price*)

Penetapan harga yang diterapkan adalah dengan menetapkan harga serendah mungkin untuk menarik calon konsumen. Penetapan harga ditentukan berdasarkan pack dan varian rasa yang tersedia di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang. Harga bakso ukuran pack small isi 6 untuk varian original adalah Rp. 8000, sosis Rp. 10.000, spicy lava Rp. 10.000, dan keju Rp. 14.000, sedangkan harga bakso ukuran pack medium untuk varian original adalah Rp. 10.000, sosis Rp. Rp13.000, spicy lava Rp13.000, dan keju Rp18.000.



Gambar 6. Bakusang Pack Medium (Isi 8)



Gambar 5. Bakusang Pack Small (Isi 6)

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang diterapkan oleh usaha PKM Bakusang lebih difokuskan menggunakan media promosi online seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Tiktok. Promosi *online* dengan menggunakan sosial media sangat efektif dan efisien untuk memperkenalkan produk baru, selain itu media promosi online relatif lebih murah dibandingkan dengan media promosi lainnya. Promosi produk yang dilakukan lebih menekankan edukasi kepada calon konsumen, karena produk hasil olahan kulit pisang masih belum familiar di telinga Masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh usaha PKM Kewirausahaan Bakusang pada fase awal usaha adalah dengan memberikan diskon sebesar 20% untuk produk Bakusang semua varian, dan bonus 1 pcs Bakusang untuk varian ukuran medium semua rasa. Selain pemberian diskon dan

bonus, Usaha PKM Kewirausahaan Bakusang juga memberikan promo gratis ongkos kirim untuk konsumen yang berada di wilayah sekitar lokasi usaha.

4. Tempat/distribusi (*Place*)

Strategi distribusi yang diterapkan adalah dengan metode distribusi secara langsung kepada konsumen. Tujuan distribusi produk secara langsung adalah untuk meminimalkan biaya pemasaran yang dilakukan. Selain itu, jenis produk makanan seperti bakso kulit pisang lebih cocok menggunakan metode distribusi secara langsung, karena jenis produk makanan yang baru di pasaran membutuhkan interaksi yang lebih dengan konsumen.

KESIMPULAN

Upaya penerapan strategi pemasaran yang diterapkan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang adalah fokus memperkenalkan produk untuk menarik minat konsumen. Hal tersebut dilakukan karena produk bakso kulit pisang merupakan produk yang jarang, bahkan belum ada di pasaran, sehingga pengenalan produk pada fase awal usaha sangat diperlukan untuk menarik minat calon konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Strategi perencanaan dan pengembangan produk bakusang memiliki peran yang sangat penting untuk memperoleh produk bakso kulit pisang yang sesuai dengan keinginan konsumen. Strategi perencanaan dan pengembangan produk yang diterapkan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang adalah dengan melakukan uji resep dan pemberian tester untuk mengetahui kekurangan produk yang akan terus di evaluasi untuk mendapatkan produk yang sesuai sebelum dipasarkan. Metode penjualan yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode *Pre Order*. Metode tersebut sangat efektif penerapannya karena produksi dilakukan sesuai dengan jumlah pesanan yang dipesan konsumen, sehingga tidak ada produk yang tidak terjual yang nantinya bisa menimbulkan kerugian.

Berdasarkan identifikasi SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) yang dilakukan di usaha PKM Kewirausahaan Bakusang terdapat beberapa kekuatan, salah satunya adalah keunikan bahan baku kulit pisang yang menjadi ciri khas produk yang membedakan produk Bakusang dengan produk sejenisnya. Hanya saja pada bagian kelemahan, produk bakso kulit pisang memiliki kendala pada persediaan bahan baku kulit pisang berkualitas yang menyebabkan proses produksi tidak bisa dijalankan secara kontinu. Sehingga strategi yang tepat digunakan untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan membangun jaringan (*networking*) untuk memperluas relasi untuk memperoleh supplier lain sebagai alternatif ketika bahan baku kulit pisang berkualitas tidak tersedia. Usaha PKM Kewirausahaan Bakusang juga menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (*product, price, promotion, place*) untuk membantu mencapai target penjualan.

Produk bakso kulit pisang memiliki potensi yang bagus kedepannya. Hal ini disebabkan karena produk olahan dengan bahan baku kulit pisang masih jarang ada dipasaran. Rendahnya persaingan bisa menjadi peluang untuk memasarkan produk bakso kulit pisang kepada konsumen. Pengembangan dan inovasi produk bakso kulit pisang perlu dilakukan lebih lanjut untuk memperoleh kualitas dan mutu bakso kulit pisang yang lebih baik, serta varian yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini Khoozani, A., Birch, J., & Bekhit, A. E. D. A. (2019). Production, application and health effects of banana pulp and peel flour in the food industry. *Journal of Food Science and Technology*, 56(2), 548–559. <https://doi.org/10.1007/s13197-018-03562-z>
- Aryani, T., Mu'awanah, I. A. U., & Widyantara, A. B. (2018). Karakteristik Fisik, Kandungan Gizi Tepung Kulit Pisang dan Perbandingannya terhadap Syarat Mutu Tepung Terigu. *JRST (Jurnal Riset Sains Dan Teknologi)*, 2(2), 45. <https://doi.org/10.30595/jrst.v2i2.3094>
- BPS. (2019). *Produksi Tanaman Buah-buahan 2021*.
- Gumbira, S. E., & Rachmayanti. (2001). *Manajemen Teknologi Agribisnis : Kunci Menuju Daya Saing Global Produk Agribisnis* (edisi 1). Ghalia Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Murnawan, H., Widiasih, W., & Tandriana, S. (2016). Perancangan Produk Pispot Dua Bagian Dengan Pendekatan Quality Function Deployment (QFD) Dan Analisis SWOT. *Simposium Nasional RAPI XV*, 497–503.
- Rangkuti, F. (2014). *ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofjan, A. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2001). *Perancangan dan pengembangan produk*. Salemba Teknika.
- Winarto, H. (2011). Strategi Pemasaran. *Makalah Ilmiah Ekonomika*, 14(3), 124–128.