

## Strategi Bauran Pemasaran Briket Pengganti Arang Di Desa Sibalaya Selatan

### Marketing Mix Strategy For Charcoal Replacement Briquettes In The Village Of South Sibalaya

Moh Fadli<sup>1</sup>, Andi Herman Jaya<sup>2</sup>, Yoberth Kornelius<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

[1mohfadli4343@gmail.com](mailto:mohfadli4343@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

[2andiherman06@gmail.com](mailto:andiherman06@gmail.com)

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

[3yoberth@gmail.com](mailto:yoberth@gmail.com)

#### Abstrak

Desa Sibalaya Selatan memiliki berbagai potensi sumber daya alam yang cukup baik, salah satunya di bidang pertanian yaitu perkebunan jagung, yang di mana merupakan bahan baku briket yaitu limbah tongkol jagung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran briket pengganti arang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi penelitian, serta wawancara dengan petani jagung. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran briket arang. Hasil penelitian ini menunjukkan alternatif strategi sebagai berikut: Strategi SO: Pemanfaatan sumber bahan baku yang melimpah, pengurangan biaya produksi, pemanfaatan teknologi. Strategi WO: perbaiki tampilan kemasan dan label produk, tingkatkan promosi. Strategi ST: Meningkatkan kualitas dan mengembangkan variasi produk yang kompetitif. Strategi WT: mengelola manajemen keuangan.

**Kata kunci:** Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Briket Pengganti Arang.

#### Abstract

South Sibalaya Village has a variety of natural resource potentials that are quite good, one of which is in agriculture, namely corn plantations, which are the raw material for briquettes, namely corn cob waste. The purpose of this study was to determine the marketing strategy for charcoal substitute briquettes. data collection was carried out through direct observation at the research location, as well as interviews with corn farmers. SWOT analysis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) is used to formulate alternative charcoal briquettes marketing strategies. The results of this study indicate alternative strategies as follows: SO Strategy: Utilization of abundant sources of raw materials, reduction of production costs, utilization of technology. WO strategy: improve the appearance of product packaging and labels, increase promotion. ST Strategy: Improving quality and developing competitive product variations. WT strategy: managing financial management.

**Keywords:** SWOT Analysis, Marketing Strategy, Charcoal Substitute Briquettes.

**PENDAHULUAN**

Desa Sibalaya adalah desa yang terletak di kecamatan Tanambulava, Kabupaten Sigi. Desa sibalaya terbagi menjadi tiga desa yakni desa sibalaya utara, desa sibalaya selatan dan desa sibalaya barat. Desa sibalaya selatan terletak 39 km dari kota palu dan memiliki ketinggian kurang lebih 21 meter dari permukaan laut (MDPL). Kondisi ekonomi warga di desa sibalaya selatan memiliki pendapatan yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan oleh profesi warga yang berbeda dimana kebanyakan warga di desa sibalaya selatan berprofesi sebagai petani jagung dan pedagang, ada pula sebagian warga yang berprofesi sebagai peternak ayam potong dan ayam petelur. Pada dasarnya komoditi yang paling banyak dibudidayakan oleh petani di desa sibalaya selatan yaitu jagung, sedangkan beberapa petani lainnya ada yang membudidaya tanaman hortikultura seperti sayur-sayuran. Malah ada sebagian warga yang menjadi petani tambak yang membudidayakan ikan-ikan hasil tambak seperti ikan mujair tapi ini masih tergolong sangat sedikit dikarenakan kurangnya dana serta lahan untuk budidaya ikan yang memang terbatas di desa sibalaya selatan, Desa sibalaya selatan memiliki berbagai potensi yang cukup baik sebagai sebuah desa. Adapun potensi tersebut terlihat dari Letak/Wilayah, Sumber daya alam (SDA), Sumber daya manusia (SDM), Industri, dan Infrastruktur. Salah satu sumber daya alam di desa sibalaya selatan adalah di bidang pertanian. Karena sebagian besar wilayah di desa sibalaya selatan di gunakan sebagai lahan perkebunan jagung yang di kelolah oleh warga setempat. Selain perkebunan jagung, juga terdapat beberapa perkebunan kelapa yang di kelolah oleh masyarakat. Ada pula beberapa lahan yang digunakan warga untuk sektor pertanian sebagai penunjang kebutuhan pangan. Desa sibalaya selatan memiliki berbagai potensi di bidang industri, mulai dari industri kecil dan menengah yang di kelolah oleh warga diantaranya bergerak di sektor jasa dan industri rumah tangga seperti kuliner, jasa bengkel dan lain-lain. Adapun industri besar yang ada di desa sibalaya selatan merupakan industri penggilingan jagung.

Infrastruktur di desa sibalaya selatan sudah cukup memadai. Beberapa potensi infrastruktur tersebut dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang ada seperti jalan poros yang sudah di aspal kembali, sekolah, tempat ibadah, sarana kesehatan, lembaga pemerintah dan sarana prasarana lainnya. Berdasarkan data Status Lingkungan Hidup Indonesia (SLHI) tahun 2011, limbah organik mencapai angka 70%, sedangkan limbah non organik mencapai angka 30%. Salah satu limbah organik yang ada di Indonesia adalah limbah bonggol jagung. Limbah bonggol jagung secara produktivitas per hektar menduduki tempat terendah dibandingkan limbah pertanian lainnya. Tetapi karena areal tanaman jagung yang cukup luas dan umur tanamannya relatif pendek (75-120 hari setelah masa tanam) sehingga panen

bisa diperoleh beberapa kali dalam setahun akibatnya hasil produksi dan total limbahnya cukup berimbang dengan limbah pertanian lainnya kecuali padi.

Sisa pengolahan industri pertanian pada jagung akan menghasilkan limbah berupa tongkol jagung yang jumlahnya akan terus bertambah seiring dengan peningkatan kapasitas produksi. Oleh karena itu, salah satu ide kreatif dalam mengurangi volume limbah bonggol jagung dan meningkatkan nilai tambahnya adalah dengan memanfaatkan limbah bonggol jagung untuk diubah menjadi produk Briket Pengganti arang. Tongkol jagung yang merupakan salah satu limbah pertanian yang sangat potensial dimanfaatkan untuk dijadikan arang aktif, karena limbah tersebut sangat banyak dan terbuang percuma. Dalam bahan ini juga mengandung kadar unsur karbon 43,42% dan Hidrogen 6,32% dengan nilai kalornya berkisar antara 14,7-18,9 MJ/kg. Selama ini masyarakat cenderung memanfaatkan limbah tongkol jagung hanya sebagai bahan pakan ternak, bahan bakar atau terbuang percuma. Untuk menghindari hal ini perlu adanya pemanfaatan limbah tongkol jagung tersebut, salah satunya yaitu sebagai bahan baku arang aktif (Mutmainnah,2012).

Kendala utama belum dimanfaatkannya limbah oleh kelompok tani disebabkan karena rendahnya minat dan pengetahuan petani dalam pengolahan limbah jagung menjadi Briket pengganti arang. Pemanfaatan limbah jagung sebagai pengganti arang berupa briket arang disamping memberikan keuntungan secara finansial, juga akan membantu di dalam pelestarian lingkungan. Dalam perspektif ekonomi, usaha diartikan sebagai proses seseorang dalam suatu kegiatan ekonomi untuk memperoleh keuntungan atau laba. Dalam Undang-undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, dalam Bab I (Ketentuan Umum), pasal 1 dari Undang-undang (UU) tersebut, dinyatakan bahwa Usaha Mikro (UMI) adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagai mana diatur dalam UU tersebut.

Menurut Luis dan Biromo (2007) strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda dibandingkan dengan pesaing untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Sedangkan menurut David (2009) strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Jadi strategi merupakan serangkaian rencana jangka panjang yang diimplementasikan dalam seluruh proses bisnis organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai visi perusahaan. Secara umum Bauran pemasaran atau marketing mix adalah

kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali (produk, harga, tempat dan promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Pengertian lain bauran pemasaran yakni strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Kotler Armstrong (1997), pengertian marketing mix menurut Kotler adalah perangkat pemasaran yang taktis dan dapat dikendalikan perusahaan. Unsur di dalamnya meliputi 4P yaitu produk, harga, tempat distribusi, dan promosi yang kemudian dipadukan oleh perusahaan untuk mencapai target market yang diinginkan.

Pemasaran menurut Kasali, et al (2010) terdiri dari strategis (perencanaan) dan operasional (pelaksanaan). Produk yang ditawarkan pun tidak terbatas pada barang fisik saja melainkan juga gagasan, barang, dan jasa. Demikian juga sasaran pasarannya, bisa individual maupun perusahaan (organisasi). Dan tentu saja pemasaran mempunyai misi yang mulia, yaitu menciptakan kepuasan pelanggan. Suryana (2003) menyatakan bahwa pemasaran ialah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa. Menurut Rangkuti (2014:3) berpendapat bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan dalam perkembangannya, dan konsep mengenai strategi agar terus berkembang. Strategi pemasaran menjadi point penting pada suatu badan usaha barang dan jasa usaha karena strategi pemasaran merupakan cara untuk mencapai tujuan dari sebuah badan usaha. Konsumen yang potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan konsumen atas produk yang dihasilkan.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: agar dapat menghasilkan briket dan briket dari limbah tongkol jagung dapat meningkatkan pendapatan petani.

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan pengamatan lapangan teridentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Produksi jagung di Desa Sibalaya Selatan dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan,
2. Limbah tongkol jagung yang dihasilkan tidak dimanfaatkan dan dibiarkan terbengkalai dan dibakar begitu saja sehingga dapat menimbulkan permasalahan lingkungan,
3. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan limbah tongkol jagung untuk dibuat menjadi bahan yang lebih bernilai ekonomi.

**METODE PELAKSANAAN**

Penelitian ini dilakukan di desa Sibalaya Selatan. Penelitian dilakukan dimulai dari bulan September 2022 sampai Desember 2022. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan dan wawancara kepada petani jagung. Data sekunder ini diperoleh dari pengkajian terhadap data literatur yang mendukung topik penelitian ini seperti data Badan Pusat Statistika, data Dinas Perindustrian dan Perdagangan, buku-buku yang memuat teori-teori, jurnal, skripsi, maupun penelusuran melalui internet. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor guna merumuskan strategi industri. Metode yang digunakan dalam analisis SWOT mencakup Bauran 7P.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Analisis SWOT

Dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Yaitu membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).

**Tabel. Profil SWOT**

Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
1. Terlalu percaya diri akan produk yang dibuat		1. Kurang Populer	
2. Produk yang dihasilkan berkualitas		2. Arang tampurug masih jadi bahan pembakaran di warung daripada briket.	
3. Menjual produk dengan harga yang murah		3. Butuh tungku pembakaran	
4. Bahan baku tongkol jagung cukup melimpah.			
5. Biaya produksi rendah.			
peluang (O)		Ancaman (T)	
1. Memasarkan keluar daerah atau luar negeri		1 Munculnya pesaing baru	
2. Banyaknya kedai-kedai yang membutuhkan briket sebagai pengganti arang		2 Briket kurang diminati dari pada arang tampusung.	
3. Didukung ketersediaan bahan baku yang cukup		3 Pengaruh pesaing	
4 Pengaruh perkembangan teknologi			

2. Posisi Industri Briket Pengganti Arang

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka ditetapkan berbagai alternative strategi. Dari beberapa alternatif strategi yang telah dirumuskan, Briket pengganti arang dapat menerapkan berbagai strategi yang mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat nantinya. Strategi tersebut mencakup

strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi, strategi partisipan, strategi proses, serta strategi bukti fisik yang dilakukan dengan tetap mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada serta mampu mengatasi kelemahan dan ancaman yang berasal dari lingkungan.

1. Strategi Produk (product).

Kualitas produk Briket yang dihasilkan ini sudah dikenal di daerah Sibalaya selatan dan sekitarnya. Mutu Briket yang dihasilkan sangat bagus, hal ini menjadi faktor utama dari keberlangsungan yang terus berkembang sampai saat ini. Dengan ketersediaan bahan baku yang memadai maka dapat memenuhi permintaan pelanggan. Di samping itu, dalam pengolahan produk briket pengganti arang ini, sumber daya manusia sangat maksimal. Walaupun muncul pesaing baru, kami tetap mempunyai rasa percaya diri akan kualitas produk yang dibuat. Yang menjadi ancaman dari strategi produk ini ialah briket pengganti arang kurang diminati daripada arang tumpung.

2. Strategi Harga (price).

Salah satu daya tarik pelanggan untuk membeli produk adalah harga. Dengan harga yang murah maka permintaan akan bertambah sesuai dengan hukum permintaan dalam ilmu ekonomi. Disini kami menawarkan produk dengan harga yang murah. Namun dibandingkan dengan arang tumpung harganya jauh lebih mahal Briket. Apabila manajemen keuangan tidak diatur dengan baik maka penetapan harga tidak efektif dengan volume penjualan yang akan dicapai. Limbah tongkol jagung juga dapat dimanfaatkan sebagai pupuk organik yang ditawarkan kepada pedagang tanaman hias. Keuntungan ini dapat dijadikan tambahan modal dimana harga briket ini dapat tetap stabil harga jualnya.

3. Strategi Distribusi dan Tempat (place).

Lokasi sangat strategis karena berdekatan dengan kebun jagung yang merupakan bahan baku Briket, yaitu tongkol jagung. Saluran distribusi yang dilakukan ke warung-warung sekitar Sibalaya hingga ke Kalukubula. Yang dimana perlu memperluas pendistribusian bukan hanya sekitar Sibalaya agar volume penjualan meningkat. Seharusnya juga harus memiliki cerobong asap agar nantinya tidak ada kritikan dari warga sekitar. Surat-surat perizinan diperlukan untuk kelangsungan usaha supaya mendapat anggaran dari pemerintah daerah guna meningkatkan pendapatan daerah.

4. Strategi Promosi (promotion)

Kegiatan promosi yang dilakukan saat ini sudah mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih misalnya menyebar iklan di internet seperti marketplace facebook dan shoope.

Sangat perlu juga menjaga hubungan baik antara pemasok dengan pelanggan agar pelanggan tetap setia pada produk yang dihasilkan dan tidak berpindah ke penjual yang lain. Dan pelanggan juga bisa ikut mempromosikan kepada pihak lain. Maka strategi pemasaran memanfaatkan media sosial merupakan pilihan strategi yang paling tepat.

5. Strategi Partisipan (People).

Dalam mendukung proses produksi Briket disini kami selaku mahasiswa dan ikut serta dari Masyarakat agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan. Dengan adanya tambahan SDM dari pemuda desa juga dapat meningkatkan pelayanan terhadap permintaan konsumen akan produk. Dengan begitu proses produksi serta pelayanan terhadap konsumen dapat berjalan dengan maksimal

6. Strategi Proses (procces).

Dalam proses produksi yang dimana sangat dekat dengan perkebunan jagung yang merupakan bahan baku utama briket sehingga konsumen tidak berlarut-larut menunggu produk yang akan diperolehnya. proses pembuatan briket dilakukan di tempat untuk mempermudah proses produksi. Sarana dan prasarana yang digunakan dalam proses produksi masih terbilang sederhana.

7. Strategi bukti fisik (physical evidence).

Agar konsumen dapat dengan mudah dalam mencari informasi mengenai produk seperti jenis, harga, dll. Owner telah membuat akun pada marketplace seperti Shoope, facebook. Yang dimana disana tertera contact person dan email.

## **KESIMPULAN**

Hasil dari penelitian strategi pemasaran dan identifikasi dari Briket Pengganti arang dapat dilihat pada hasil kualifikasi metode SWOT yang dibagi menjadi kualifikasi internal dan Eksternal yang terdiri dari:

1. Kekuatan dan peluang (strengths-opportunities) yaitu: Hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan, Produk yang dihasilkan sangat berkualitas, lokasi berdekatan dengan perkebunan jagung, Memasarkan keluar daerah atau luar negeri, dan banyaknya warung-warung yang membutuhkan arang sebagai bahan pembakaran. Strategi pemasaran pada Briket dapat berkembang mengingat banyaknya peluang.
2. Kelemahan dan ancaman (weaknesses-threats) yaitu: Harga briket jauh lebih mahal daripada arang tampurung, munculnya pesaing baru, dan lokasi berdekatan dengan pesaing.

Rekomendasi kebijakan yang harus ditempuh adalah: (1) mempertahankan kualitas dan mutu produk dengan meningkatkan strategi pemasarannya dengan memasang baleho di dekat tempat produksi; dan (2) membuat merek atau logo produk lebih menarik untuk lebih meyakinkan produk ini di khalayak ramai.

Strategi pemasaran yang tepat untuk briket dalam meningkatkan daya saing dengan para pesaingnya dengan memberikan kualitas dan mutu yang baik, dan harga yang mampu bersaing dengan acuan sasaran yang ingin dituju serta memberikan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penelitian ini dapat berjalan dengan baik atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemuda desa Sibalaya Selatan yang telah bersama-sama menyukseskan kegiatan ini. Tak lupa juga ucapan terimakasih saya ucapkan kepada aparat desa dan masyarakat Desa Sibalaya Selatan yang telah memberikan ruang dan mensupport dalam kegiatan tersebut.

### **REFERENSI**

- Ashari, U., Abidin, Z., & Tangahu, M. R. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Emping. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 4 (4), 794-8-7.
- Audia, Finka Andina.2021. "Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P pada Usaha",[https://www.researchgate.net/publication/355900890\\_Analisis\\_Implementasi\\_Strategi\\_Bauran\\_Pemasaran\\_7P\\_Pada\\_Usaha](https://www.researchgate.net/publication/355900890_Analisis_Implementasi_Strategi_Bauran_Pemasaran_7P_Pada_Usaha), diakses 21 Februari Pukul 21:34.
- Kasali, R., (2010), Modul Kewirausahaan, Cet. Pertama, Jakarta: Hikmah
- Kotler, Armstrong. (2009). *Marketing an Introduction*, Ninth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1 Edisi Ketigabelas*. In Jakarta. Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Ketigabelas*. Jakarta.
- Luis, S., & Biromo, P. A. (2007). *Step by step in cascading balanced scorecard to functional scorecards*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Maharani, Z. B., R. P., Q. A., D. R., S. W., & P. Y. (2018). STRATEGI PEMASARAN. *Indonesian Journal of Economics Application*, 1 (1), 67-73.
- Prastiyo, A., Fathoni, A., & Malik, D. (2018). Strategi Pemasaran Produk Jahe Merah Melalui Analisis SWOT Pada Perusahaan UD. Barokah Ungaran. *Journal of Management*, 4(4).
- Sulistyaningarti, L., & B. U. (2017). Pembuatan Briket Arang Dari Limbah Organik Tongkol Jagung Dengan Menggunakan Variasi Jenis Dan Persentase Perekat. *JKPK (JURNAL KIMIA DAN PENDIDIKAN KIMIA)*, 2 (1), 43-53.
- Suryana, (2003), *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, (Edisi Revisi)*. Jakarta: Salemba Empat.