

PEMASARAN PAKCOY HIJAU DI JAYA ANGGARA FARM BANDAR LAMPUNG

Novi Ari Santi

¹ Novi Ari Santi, ² Marlinda Apriyani, ² Fitriani

¹ Mahasiswa Program Studi Agribisni, ² Dosen Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung
Jl. Soekarno-Hatta No. 10 Rajabasa Bandar Lampung.

Telp (0721) 703995, Fax: 787309

email ¹: noviarisanti9614@gmail.com

email ²: marlindazein@polinela.ac.id

ABSTRAK

Jaya Anggara Farm adalah perusahaan yang memproduksi sayuran hidroponik dengan sistem DFT. Sistem DFT adalah metode produksi sayuran hidroponik yang mengimplementasikan aliran nutrisi berkelanjutan. Keuntungan dari sistem DFT adalah ketersediaan nutrisi selalu konstan dan ketika listrik padam nutrisi akan tetap ada, jadi sayuran tidak kekurangan nutrisi. Penanganan yang baik dari produk pakcoy hijau akan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Tujuan penelitian dari laporan tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan penanganan produk pakcoy hijau dan menjelaskan bauran pemasaran pakcoy hijau. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil dan pembahasan Jaya Anggara Farm dalam melakukan penanganan produk pakcoy hijau untuk pesanan *supermarket* adalah menyortir, mengurangi daun sayuran yang layu, menimbang, memberi label merek, dan label harga, sedangkan produk pakcoy hijau untuk pesanan kafe dan restoran adalah menyortir, mengurangi daun sayuran layu, menimbang dan mengemas sayuran. Jaya Anggara Farm dalam melakukan kegiatan pemasaran pakcoy hijau menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

Kata kunci: Pemasaran, Sayuran hidroponik.

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian

produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Shinta, 2011).

Ahmad dalam Akasiska 2014 hidroponik merupakan metode bercocok tanam atau budidaya tanaman tanpa menggunakan tanah, melainkan dengan menggunakan media selain tanah misalnya sabut kelapa, serat mineral, pasir, serbuk kayu, dan lain-lain sebagai pengganti media

tanah dan hidroponik cocok untuk budidaya sayuran.

Sayuran hidroponik adalah sayuran yang dibudidayakan dengan menggunakan media air dan mengandalkan bahan dasar berupa nutrisi cair (pupuk yang dicairkan) tanpa menggunakan media tanah dan bahan kimia sintetis. Tujuan utama budidaya sayuran hidroponik adalah menyediakan produk pertanian dan bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Manfaat yang dapat diperoleh dengan sistem hidroponik, produksi tanaman lebih efektif dan dapat menghasilkan output yang berkualitas dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Sayuran pakcoy memiliki manfaat yang sangat banyak selain dapat menghilangkan rasa gatal pada tenggorokan, sayuran pakcoy juga dapat memperlancar pencernaan (Fahrudin dalam Mulyono 2016). Kandungan gizi per 100 gram pakcoy hijau dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kandungan gizi per 100 gram pakcoy hijau

Zat gizi	% AKG
Energi 13 kal	-
Lemak 2 kal	-
Total Lemak 0 g	0%
LemakJenuh 0 g	0%
Lemak Trans	-
Kolesterol 0 g	0%
Sodium 65 g	3%
Total Karbohidrat 2 g	1%
SeratPangan 1 g	4%
Gula 1 g	-

Vitamin A	89%
Vitamin C	75%
Kalsium	11%
ZatBesi	4%

Sumber: Nutrition Data 2013

Kandungan zat gizi pakcoy hijau yang tertinggi adalah vitamin A dan vitamin C. Kandungan vitamin A pada pakcoy hijau yang sangat tinggi baik untuk kesehatan mata dan menjaga kornea mata agar tetap sehat, sedangkan kandungan vitamin C pada pakcoy hijau sama dengan jeruk, mampu untuk membantu pembentukan protein yang terdiri dari asam amino dalam tubuh. Kandungan kalsium yang juga tinggi pada pakcoy hijau dapat mengurangi hilangnya bobot tulang yang biasa terjadi pada usia lanjut. Tekanan darah tinggi juga dapat disebabkan oleh rendahnya kadar kalsium didalam darah.

Jaya Anggara Farm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang budidaya sayuran hidroponik yang memproduksi sayuran hidroponik. Jaya Anggara Farm memanfaatkan peluang bisnisnya dengan membudidayakan berbagai jenis sayuran antara lain pakcoy putih, selada hijau, selada merah, caisim, pagoda, kailan, kale, selada siomax, selada romein, gingseng, kangkung, pakcoy mini, pakcoy hijau, dengan mendistribusikan sayuran tersebut ke pasar modern. Sayuran yang di masukkan ke pasar modern dijual ke supermarket, kafe dan restoran. Peningkatan jumlah penduduk,

permintaan sayuran ikut meningkat, maka produksi sayuran hidroponik Jaya Anggara Farm harus ditingkatkan. Data permintaan pakcoy hijau Jaya Anggara Farm dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data permintaan pakcoy hijau Jaya Anggara Farm Januari 2018 April 2018

No	Bulan	Permintaan (pack)	Penjualan (pack)	Selisih (pack)	(%)
1	Januari	560	413	147	73,75
2	Februari	652	512	140	78,52761
3	Maret	597	572	25	95,8124
4	April	587	321	266	54,68484
Jumlah		2396	1818	578	75,87646
Rata-rata		599	455	145	75,95993

Sumber: Jaya Anggara Farm, 2018

Tabel 2 menunjukkan bahwa banyaknya jumlah permintaan pasar pakcoy hijau rata-rata per bulan sebanyak 599 *pack*, sedangkan rata-rata penjualan pakcoy hijau per bulan sebanyak 455 *pack* dan selisih rata-rata penjualan per bulan sebanyak 142 *pack*. Jumlah permintaan pasar yang dapat dipenuhi oleh Jaya Anggara Farm sebesar 75,87%, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Jaya Anggara Farm belum mampu memenuhi permintaan pasar, oleh karena itu masalah ini perlu diatasi dengan meningkatkan proses produksi agar memperoleh hasil yang diinginkan.

Hasil produksi sayuran Jaya Anggara Farm memiliki keunggulan yaitu sayuran bebas pestisida, berwarna cerah, berdaun mulus, dan bersih dari kotoran. Jaya Anggara Farm berusaha agar konsumen

merasa puas terhadap produknya dari segi keunggulan produk melalui kualitas produk maupun pendistribusian produk kepada konsumen. Jaya Anggara Farm memiliki beberapa pesaing diantaranya pesaing dari dalam Lampung (Rey's Farm, Spang Jaya, Wonder Farm, Mahkota), dan pesaing dari luar Lampung (Lembang Sayur, Presharves Horti Jaya, Parung Farm, dan Sayuran Hidroponik Jakarta. Masalah lain yang terjadi didalam perusahaan Jaya Anggara yaitu sayuran terserang hama kutu daun. Perusahaan penting melakukan serangkaian usaha melalui penanganan produk yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas dalam melakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Jaya Anggara Farm.

Adanya pesaing dan masalah dalam pemasaran pakcoy hijau di Jaya Anggara Farm maka tugas akhir ini berjudul "Pemasaran Pakcoy Hijau di Jaya Anggara Farm Bandar Lampung" sebagai landasan untuk menjadi kajian utama dalam penyusunan laporan tugas akhir.

TUJUAN

Adapun tujuan penulisan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan penanganan produk pakcoy hijau pada Jaya Anggara Farm (2) menjelaskan bauran pemasaran pakcoy hijau di Jaya Anggara Farm.

Metodologi Pelaksanaan

Jenis sumber data yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer yang diperoleh meliputi bidang pemasaran, keuangan, distribusi, pengemasan, dan administrasi pada Jaya Anggara Farm. Data primer diperoleh dengan melakukan diskusi dengan pembimbing lapang Jaya Anggara Farm, melihat kondisi lapang, produksi dan pemasaran.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang sudah tersedia sehingga hanya mencari dan mengumpulkannya. Data sekunder yang diperoleh dari Jaya Anggara Farm berupa data sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, data penjualan, dan data permintaan pasar. Selain itu data sekunder juga diperoleh dari *browsing* internet dan studi literatur atau data dari buku-buku yang dapat mendukung materi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

Metode Analisis

a. Metode kualitatif

Analisis data dalam penulisan laporan tugas akhir yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif tentang penanganan produk pakcoy hijau dan bauran pemasaran

pakcoy hijau pada perusahaan Jaya Anggara Farm. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2017).

Hasil dan Pembahasan

1. Penanganan produk pakcoy hijau di Jaya Anggara Farm

a. Persiapan produk pakcoy hijau untuk pesanan *supermarket*, kafe dan restoran

1. Sortasi

Sortasi adalah memisahkan dan memilih produk yang layak untuk di *packing* (dikemas). Sortasi dilakukan pada saat pemanenan dan perompesan. Sortasi pada saat pemanenan harus berdasarkan ukuran sayuran yang sesuai dengan standar panen yang telah ditentukan.

2. Perompesan

Perompesan dilakukan setelah pemanenan sayuran. Perompesan dilakukan untuk membersihkan sayuran dari kotoran-kotoran yang menempel pada sayuran dan membersihkan daun-daun yang tua yang berwarna kuning kecoklatan secara satu persatu. Biasanya pada saat perompesan membutuhkan waktu yang cukup lama karena tanaman terserang kutu daun, maka daun harus dibersihkan terlebih dahulu dicuci dengan menggunakan air sebelum tahap penimbangan.

3. Penimbangan

Penimbangan dilakukan setelah perompesan pada sayuran hidroponik, guna mengetahui berat sayuran yang telah panen dan penimbangan sayuran hidroponik ditimbang 200gram/*pack*. Lamanya waktu yang di butuhkan pada saat penimbangan sayuran disesuaikan dengan banyak dan sedikitnya sayuran yang dipanen.

4. *Packing* (pengemasan)

Packing (pengemasan) dilakukan setelah penimbangan sayuran hidroponik. Pengemasan dilakukan berdasarkan jenis kriteria sayuran misalnya pakcoy hijau, pakcoy mini, dan pakcoy putih. Kemasan juga menjadi salah satu strategi dalam produk. Kemasan yang baik akan menarik minat konsumen untuk membeli produk dan memudahkan konsumen untuk memilih sesuai keinginannya.

5. Pemberian label *brand*/merk

Pemberian *brand*/merk dilakukan setelah *packing* (pengemasan) sayuran hidroponik. Label adalah informasi tentang produk umumnya berisikan tulisan-tulisan tentang produk yang di pasarkan.

6. Pemberian label harga

Pemberian label harga dilakukan setelah pelabelan merek/*brand*. Harga produk pakcoy hijau dan sayuran hidroponik lainnya harga yang ditetapkan oleh Jaya Anggara Farm sebesar Rp 11.000/*pack*, Harga tersebut

telah disesuaikan dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan.

b. Penerimaan pesanan

Penerimaan pesanan sayuran hidroponik biasanya melalui media komunikasi pesan SMS dan media sosial *whatshap*. Pihak *supermarket* mengirim pesan melalui media *whatshap* atau langsung menghubungi pihak Jaya Anggara Farm melalui via telpon sehari sebelum sayuran dikirim, sedangkan pihak kafe dan restoran mengirim pesan permintaan sayuran hidroponik pagi hari.

c. Pencatatan pesanan

Pencatatan pesanan dibagi menjadi 2 yaitu pencatatan pesanan *supermarket*, kafe dan restoran. Pencatatan pesanan untuk *supermarket* dilakukan setelah sayuran dilakukan *packing* (pengemasan), kemudian diberi label merek dan label harga.

d. Pengiriman sayuran hidroponik Jaya Anggara Farm

Perusahaan Jaya Anggara Farm melakukan pengiriman sayuran hidroponik ke beberapa *supermarket*, kafe dan restoran. Jaya Anggara Farm melakukan pengiriman sayuran hidroponik dengan melakukan pergiliran pengiriman untuk setiap *supermarket*. Sistem kerjasama yang dilakukan Jaya Anggara Farm dengan pihak *supermarket* dalam menjual produknya menggunakan sistem konsinyasi. Sistem konsinyasi adalah bentuk kerjasama penjualan produk dengan menitipkan

produknya ke *supermarket* untuk di jual ke konsumen. Jumlah pengiriman sayuran untuk *supermaket* biasanya sebanyak 10 kg atau 50 *pack* per hari atau disesuaikan dengan jumlah persediaan sayuran yang ada dikebun. Pesanan sayuran hidroponik untuk kafe dan restoran rata-rata sebanyak 2-3 kg.

e. Keluhan/*Komplain*

Keluhan/*komplain* pelanggan tetap Jaya Anggara Farm biasanya saat jumlah pesanan sayuran yang dipesan oleh pelanggan tidak sesuai dengan jumlah sayuran yang dikirim oleh pihak Jaya Anggara Farm, misalnya pelanggan memesan 3 kg pakcoy hijau namun Jaya Anggara Farm hanya mampu memberikan 2 kg pakcoy hijau. Keluhan/*komplain* dari pihak pelanggan tersebut biasanya Jaya Anggara Farm meminta maaf kepada pelanggan untuk tetap hubungan baik dengan pelanggan.

2. Bauran pemasaran pakcoy hujau Jaya Anggara Farm

a. Produk

Produk sayuran hidroponik Jaya Anggara Farm yaitu dengan menekankan pada produk yang bermutu dan berkualitas tinggi, karena sadar bahwa pasar yang dituju adalah pasar modern yang sangat mengutamakan produk yang berkualitas tinggi dan pesaing cukup ketat. Keunggulan produk yang dimiliki oleh Jaya Anggara Farm yaitu kesegaran produk yang terjaga, bebas dari pestisida, berwarna cerah, bebas dari

kerusakan, renyah, segar, berdaun mulus, bersih dari kotoran. Produk Jaya Anggara Farm di panen umur *baby* dan akar tanaman dipotong. Jaya Anggara Farm juga telah memiliki sertifikat produk prima 3 dan surat keterangan mutu keamanan pangan. Sertifikat produk prima 3 artinya produk dinyatakan aman dengan level residu pestisida dibawah ambang batas yang di setuju dan ditandatangani oleh kepala dinas ketahanan pangan provinsi Lampung. Produk sayuran hidroponik Jaya Anggara Farm dalam bauran pemasaran sangat berpengaruh besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan, karena dengan adanya produk yang berkualitas baik dan ketersediaan produk yang lebih banyak diharapkan mampu mencukupi kebutuhan dan permintaan setiap konsumen dan pelanggan Jaya Anggara Farm.

b. Harga

Jaya Anggara Farm menetapkan harga pakcoy hijau dan beberapa jenis sayuran lainnya di atas harga yang ditetapkan oleh pesaing karena disesuaikan dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan. Fandy Tjiptono (2008) menyatakan bahwa biaya merupakan faktor yang menentukan harga, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Daftar harga pakcoy hijau dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Daftar harga pakcoy hijau

No	Nama Perusahaan	Harga Pakcoy Hijau
	Jaya	
1	Anggara..	11.000/pack
2	Spang Jaya	10.500/pack
3	Wonder Farm	9.500/pack
4	Rey's Farm	10.000/pack

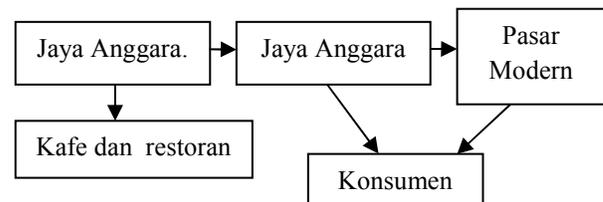
Sumber: Jaya Anggara Farm, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa harga pakcoy hijau yang ditetapkan oleh Jaya Anggara Farm Rp11.000/pack, sedangkan harga rata-rata pesaing Rp 9.000-10.500/pack. Harga yang lebih tinggi dari pesaing merupakan harga yang ditetapkan oleh Jaya Anggara Farm berdasarkan biaya yang telah dikeluarkan dan disesuaikan dengan biaya-biaya dalam produksi maupun biaya lain dalam kegiatan pemasaran. Harga produk sayuran dari pihak Jaya Anggara Farm ke *supermarket* Rp.8000/pack, sedangkan harga yang ditetapkan oleh pihak *supermarket* ke konsumen akhir sebesar Rp. 11.000/pack. Harga Rp. 11.000/pack ke konsumen akhir merupakan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak antara Jaya Anggara Farm dengan pihak *supermarket*.

c. Tempat

Tempat dalam *marketing mix* biasanya disebut dengan saluran distribusi, saluran distribusi pada produk untuk sampai kepada konsumen. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk

menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen (Soeprihanto, 2010). Faktor penting untuk memperlancar penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen adalah memilih saluran pemasaran yang tepat. Jaya Anggara Farm dalam menyalurkan produknya menggunakan saluran pemasaran secara langsung dan tidak langsung. Saluran peasaran langsung ke konsumen yaitu kafe dan restoran, dan saluran pemasaran tidak langsung menggunakan jasa pasar modern sebelum sayuran sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran langsung dan tidak langsung pakcoy hijau Jaya Anggara Farm dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran langsung dan tidak langsung pakcoy hijau Jaya Anggara Farm

Volume penjualan pakcoy hijau Jaya Anggara Farm dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Volume penjualan pakcoy hijau Jaya Anggara Farm bulan Maret 2018

No	Konsumen	Bandar Lampung	Volume penjualan	Satuan pack/kg
1	Swalayan	Candra Mal Bumi	149	Pack
		Kedaton Candra Tanjung Karang	150	Pack
		Candra Teluk Betung	148	Pack

		Candra Antasari	149	Pack
	Rata-rata penjualan		149	Pack
2	Kafe	Onago	90	Kg
		Mal Bumi		
		Kedaton		
		Shabu		
		Kitchen		
		Mal Bumi	85	Kg
		Kedaton		
		Onago		
		Transmart	70	Kg
		Carefor		
		Lampung		
		Owl kafe	30	Kg
		Perut	30	Kg
		Bulat		
	Rata-rata penjualan		61	Kg
3	Restauran	New LG	231	Kg

Sumber: Jaya Anggara Farm, 2018

penjualan pakcoy hijau Jaya Anggara Farm bulan maret 2018. Penjualan pakcoy hijau untuk konsumen swalayan rata-rata sebanyak 149 *pack*/bulan. Rata-rata penjualan pakcoy hijau ke kafe sebanyak 61kg/bulan. Restaurant New LG volume penjualan pakcoy hijau sebanyak 231kg/bulan. Volume penjualan pakcoy hijau Jaya Anggara Farm dapat ditingkatkan jika produksi pakcoy hijau yang dihasilkan Jaya Anggara Farm semakin tinggi sehingga mampu memenuhi semua permintaan konsumen dan pelanggan.

d. Promosi

Promosi juga mendukung perusahaan dalam pemasaran produknya. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dipasarkan kepada konsumen serta menarik perhatian konsumen. Kegiatan promosi akan mempermudah konsumen untuk mengetahui kelebihan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Perusahaan Jaya Anggara Farm dalam melakukan kegiatan promosi salah satunya adalah meminta bantuan kepada salah satu SPG (*sales promotion girl*) pihak *supermarket* untuk memberitahu kepada konsumen setiap ada produk baru yang di kirim dengan keunggulannya misalnya rasanya enak, segar, renyah, lembut dan lain sebagainya. Jaya Anggara Farm juga dalam mempromosikan produknya dengan masyarakat/konsumen yang jaraknya jauh di seluruh Indonesia bahkan di luar Indonesia yaitu dengan menggunakan sosial media instagram @sahabat hidroponik lampung, sedangkan di facebook dengan nama @lketut Kamejaye.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Penanganan produk pakcoy hijau yang dilakukan oleh Jaya Anggara Farm sebelum dipasarkan untuk pesanan *supermarket* yaitu sortasi, perompesan, penimbangan, *packing* (pengemasan), pemberian label merek, dan pemberian label harga. Penanganan untuk pesanan kafe dan restoran yaitu sortasi, perompesan, penimbangan dan *packing* (pengemasan).
2. Jaya Anggara Farm dalam melakukan kegiatan pemasaran pakcoy hijau dengan menggunakan strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

b. Saran

Jaya Anggara Farm harus selalu melakukan upaya penanganan dan persiapan produk yang baik agar konsumen selalu merasa puas terhadap produk yang ditawarkan oleh Jaya Anggara Farm, selain itu Jaya Anggara Farm juga perlu memperbaiki proses produksi untuk mengatasi masalah yang terjadi pada sayuran pakcoy hijau yang terserang hama kutu daun dan produksi sayuran pakcoy hijau harus ditingkatkan untuk menghasilkan jumlah sayuran yang lebih banyak agar dapat memenuhi permintaan konsumen dan pelanggan yang ada.

Soeprihanto 2010. Saluran Distribusi. <http://catatan.marketing>. [Diakses pada tanggal 28 Agustus 2018].

Sugiyono, 2017. Analisis Deskriptif. http://repository.unpas.ac.id/2017/6/BABIII_revisi.pdf. [Diakses pada tanggal 27 Agustus 2018].

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran edisi 4. Andy. Yogyakarta.

REFERENSI

Akasiska, Romana. dkk. 2014. Pengaruh Konsentrasi Nutrisi dan Media Tanam Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Sawi Pakcoy (*Brassica parachinensis*) Sistem Hidroponik Vertikultur. Jurnal Inovasi Pertanian. Vol. 13. No. 2.

Mulyono, Apri 2016. Pengaruh Air Kelapa (*Cocos nucifera L*) dan Proporsi Tanah Kompos Terhadap Pertumbuhan Tanaman Sawi Pakcoy (*Brassica rapa L*). Hasil Penelitian. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Universitas Lampung.

Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press (UB Press. Malang.