

**ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN PETANI
MANGGA GADUNG DI DESA BANDILAN KECAMATAN
PRAJEKAN KABUPATEN BONDOWOSO**

Ikhlas Zul Amal¹, Tidar Aden Hawa², Khoirotun Nisa'³

1. Ikhlas Zul Amal dan Universitas Islam Jember, Indonesia.
2. Tidar Aden Hawa, Universitas Islam Jember, Indonesia.
3. Khoirotun Nisa', Universitas Islam Jember, Indonesia.
4. Email korespondensi: tidaraden29@gmail.com

ABSTRACT

Mango is one of the commodities that is widely favored by most people in Indonesia and is easy to cultivate. The purpose of this research is to determine the income of the Mangga Gadung farming business, to understand the marketing mix of the Mangga Gadung farming business, and to identify the strategies of the Mangga Gadung farming business in Bandilan Village, Prajekan District, Bondowoso Regency. The sampling method used is Purposive Sampling. The results of this study indicate that the income from mango farming in the Kutilang Jaya 5 farmer group in Bandilan village amounted to Rp 61,950,000, with total fixed and variable costs of Rp 36,577,903, resulting in a net income of Rp 25,207,597 from mango farming in the Kutilang Jaya 5 farmer group in Bandilan village. Next, the marketing mix of mangoes in the Kutilang Jaya 5 farmer group in Bandilan Village, after being analyzed using the 7P framework, needs to further develop promotion, one of the promotional strategies being Edu-tourism. Finally, the SWOT analysis shows that the position of the SWOT matrix diagram is in quadrant I, which indicates an aggressive strategy with profitable results.

Keywords: *Mango Gadung Bondowoso; Income Analysis; 7P Marketing Mix; SWOT*

ABSTRAK

Mangga merupakan salah satu komoditas yang banyak digemari oleh kebanyakan masyarakat di Indonesia yang mudah di budayakan. Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui pendapatan usaha tani Mangga Gadung, mengetahui bauran pemasaran usaha tani Mangga Gadung, dan mengetahui strategi usaha tani Mangga Gadung di Desa Bandilan, Kecamatan Prajekan, Kabupaten Bondowoso. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive*

Sampling. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa, Hasil pendapatan usahatani mangga gadung di kelompok tani Kutilang Jaya 5 desa Bandilan dengan besaran nilai penerimaan sebesar Rp 61.950.000 dengan total biaya tetap dan biaya variabel sebesar Rp 36.577.903, sehingga hasil pendapatan dari usaha tani mangga gadung di kelompok tani Kutilang Jaya 5 di Desa Bandilan sebesar Rp 25.207.597. Selanjtnya bauran pemasaran mangga di kelompok tani kutilang jaya 5 Desa Bandian setelah dianalisa menggunakan 7P, maka harus lebih mengembangkan promosi, salah satu strategi promosi adalah dengan Eduwisata. Terakhir, analisis SWOT menunjukkan posisi diagram matriks SWOT berada di kuadran I yaitu strategi agresif yang hasilnya menguntungkan.

Kata kunci: *Mangga Gadung Bondowoso; Analisis Pendapatan; Bauran Pemasaran 7P; SWOT*

PENDAHULUAN

Mangga merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan di Indonesia. Selain karena harga yang terjangkau, buah mangga memiliki nilai ekonomi tinggi dan merupakan bahan makanan penting setelah pisang bagi masyarakat di daerah beriklim tropis juga menjadi salah satu faktor permintaan dan produksi mangga terus bertambah setiap tahun (Azizah et al., 2019). Kabupaten Bondowoso adalah salah satu wilayah yang berada di Provinsi Jawa Timur yang merupakan daerah penghasil mangga terbaik karena pengaruh kondisi agroklimat wilayah dengan tipe iklim kering. Hal itu juga yang membuat Mangga Bondowoso terkenal dengan rasanya yang manis.

Desa Bandilan merupakan dataran rendah bersuhu panas yang sangat cocok bagi tanaman mangga. Mangga tumbuh baik di desa bandilan sehingga desa Bandilan menghasilkan mangga yang berkualitas baik seperti mangga gadung dan mangga arum manis.

Masyarakat desa bandilan banyak memiliki pohon mangga di pekarangan rumah atau di tegal. Pohon mangga selain menghasilkan uang, tanaman ini dapat menjadi tanaman peneduh karena daunnya rindang.

Adapun untuk memberikan nilai tambah pada buah mangga diperlukan suatu strategi pengembangan. Strategi pemasaran mangga merupakan hak terpenting dalam usaha tani mangga. Dengan pemasaran akan meningkatkan daya beli masyarakat sehingga pendapatan akan naik. Khususnya di Desa Bandilan, strategi pemasaran Mangga Gadung sangat perlu untuk diterapkan mengingat mangga gadung menjadi komoditas unggulan di desa Bandilan. Problematika saat ini meskipun mangga gadung merupakan komoditas unggulan namun pemasaran bersifat konvensional, minim kegiatan promosi, keterbatasan teknologi dan inovasi oleh karena itu diperlukan penelitian analisis pendapatan dan strategi pemasaran petani mangga gadung kelompok tani kutilang jaya 5.

METODE PENELITIAN

Metode penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara *Purposive* (sengaja), yaitu di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso. Penentuan Sample responden dalam penelitian ini menggunakan (*Purposive Sample*). Dengan populasi dalam penelitian ini kurang lebih sebanyak 20 orang. Maka dari itu pertimbangan pengambilan responden sebanyak 20 orang dengan mempertimbangkan karakteristik responden sehingga mendapatkan data yang kredibel salah satu contohnya para petani Mangga yang menjadi anggota kelompok tani kutilang jaya 5.

1. Analisis pendapatan usahatani (Soekartawi, 2017). :

$$Pd = TR - TC$$

Dimana:

Pd = Pendapatan usahatani

TR = Total penerimaan usahatani

TC = Total biaya usahatani

2. Bauran pemasaran 7P

a. Produk

b. Harga

c. Promosi

d. Tempat

e. Orang/SDM

f. Proses

g. Penjualan

3. Analisis Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (SWOT)

4. Analisis Internal IFE dan EFE

5. Diagram Matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendapatan Petani Mangga

Tabel 1. Pendapatan Petani Mangga Gadung

Uraian	Rara-rata (Rp/Th/Ha)	Total (Rp/Th/Ha)
Jumlah Produksi (Rp/Kg)	7.375	
Harga Jual (Rp/Kg)	8.400	
Penerimaan		61.950.000
Total Biaya Tetap		6.860.403
Total Biaya Variabel		29.717.500
Total Biaya Tetap dan Biaya Variabel		36.577.903
Pendapatan		25.207.597

Sumber : diolah dari data primer, Tahun 2023

Pendapatan usaha tani mangga gadung di Kelompok Tani Kutilang Jaya 5 Desa Bandilan terdiri dari total penerimaan usaha tani mangga di kurangi total biaya tetap dan biaya variabel. Rata-rata pendapatan usahatani mangga gadung di kelompok tani kutilang jaya 5 di desa Bandilan dengan penerimaan sebesar Rp 61.950.000 dan biaya yang di keluarkan sebesar Rp 36.577.903, maka pendapatan petani mangga gadung di kelompok tani

kutilang jaya 5 di desa Bandilan adalah sebesar Rp 25.207.597 per tahunnya.

2. Bauran Pemasaran Usahatani Mangga Gadung

Bauran pemasaran mangga ditujukan untuk mengetahui informasi terkait cara petani mangga untuk membangun merek dan mencapai target penjualan. Makadari itu terdapat unsur menentukannya yakni 7P dengan uraian sebagai berikut:

a.) Produk

Mangga gadung hasil pertanian dari kelompok tani kutilang jaya 5 desa Bandilan memiliki karakteristik mangga mentah berwarna hijau tua dengan tekstur halus ketika mangga gadung masak daging buah berwarna kuning ke orenan, memiliki rasa manis, mempunyai bentuk bulat sedikit lonjong, daging yang tebal, tekstur daging buahnya legit, lembut, kadar airnya banyak dan manisnya merata. Untuk menambah harga jual dan memperkenalkan mangga gadung dengan cara memberi stiker label, pengemasan yang menarik, saat pasca panen melakukan sortasi, grading mangga gadung dan penyimpanan dilakukan dengan cara merata supaya tidak memnumpuk sehingga mengakibatkan kerusakan sifat fisik produk.

b) Harga

Harga yang ditawarkan produk mangga ini cukup terjangkau sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas yang sepadan. Harga mangga gadung Rp 8.400/kg. Bondowoso ada beberapa jenis mangga lainnya seperti mangga manalagi dan mangga arum harganya kisaran Rp 12.000/Kg. Sehingga mangga gadung Bondowoso harganya lebih terjangkau.

c) Tempat

Lokasi terletak di desa Bandilan kecamatan prajekan kabupaten bondowoso yang mudah di akses sarana transportasi,

untuk parkir cukup luas dan aman dikarenakan dekat dengan pemukiman. Sebagian besar lokasi mangga gadung di kelompok tani kutilang jaya 5 desa Bandilan berpeluang dijadikan sebagai sarana eduwisata berupa wisata petik mangga dan memberikan edukasi kepada sekolah sehingga berdampak secara sosial dan ekonomi masyarakat sekitar.

d) Promosi

Selama ini penjualan belum menggunakan media online atau menggunakan benner. Promosi online bisa meningkatkan penjualan dan bisa membuat suatu kawasan lebih dikenal dengan cara memberikan titik lokasi di google map dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Buka aplikasi Google Maps, lalu pilih menu "Contribute" yang terletak di bagian bawah.
2. Pilih "Add Place" kemudian isi data formulir dengan lengkap (nama lokasi, kategori lokasi, alamat, jam operasional, nomor telepon, website, dan sebagainya).
3. Jika formulir sudah terisi, klik tombol "Send" berupa ikon pesawat kertas yang ada di pojok kanan atas.
4. Tunggu hingga proses pendaftaran alamat dinyatakan selesai.

Lokasi usaha tani mangga gadung di kelompok tani kutilang jaya 5 desa Bandilan sangat berpotensi di jadikan edu wisata. Melalui edu wisata agribisnis mangga gadung berpeluang untuk sarana promosi gratis, promosi edu wisata merupakan promosi bagi daerah untuk mengenal masyarakat luas.

e.) SDM

Petani sebagai penjual memiliki sikap yang ramah sehingga konsumen nyaman terhadap pelayanan tersebut. Keluarga merupakan sumber daya manusia tidak diperhitungkan dalam sebuah bisnis. Keluarga merupakan SDM berpotensi yang bisa

dikembangkan jika dikelola secara profesional. Kualitas SDM tergantung pada proses pembelajaran, pembelajaran melalui kegiatan formal, pendidikan formal dan pendidikan informal.

Petani sebagai pelaku agribisnis dapat mengalokasikan dana dari penerimaan yang didapat untuk melakukan perbaikan kualitas SDM melalui berbagai bentuk pelatihan.

f.) Proses

Proses pemanenan mangga gadung dilakukan dengan cara dipetik langsung dengan alat gala dan dijadikan satu di ruang penyimpanan. Petani dapat melakukan proses tambahan yaitu kegiatan pasca panen sehingga petani bisa memiliki bargaining power yang lebih kuat dan berdampak pada harga jual dan pendapatan.

g.) Penjualan

Penjualan mangga gadung diluar jawa merambah pasar jakarta, bandung, bali, dan jokjakarta. Penjualan mangga gadung dengan cara online berpeluang ke pasar ekspor. Selama ini penjualan mangga gadung bondowoso masih bersifat resional daerah sekitar bondowoso. Mangga gadung bondowoso berpeluang merambah pasar yang lebih luas melalui digital marketing.

Analisis (SWOT) Strategi Usaha Tani Mangga Gadung

Tabel 1.2 Analisis SWOT

INTERNAL	Strengths	Weaknes
EKSTERNAL	1. Harga yang terjangkau 2. Ukuran yang besar 3. Rasa yang manis 4. Penjualan yang baik 5. Kekuatan distribusi manga	1. Pemasaran konfensional 2. Produk tidak berlabel 3. Minim kegiatan promosi 4. Produk belum terkenal 5. Keterbatasan teknologi dan inovasi
Opportunities	Strategi SO:	Strategi WO:
1. Banyak permintaan 2. Pemasaran luas 3. Banyak konsumen dan tengkulak yang tertarik 4. peluang eduwisata agribisnis mangga gadung 5. Berpeluang pasar ekspor	- Dapat memperluas target pasar - Buah mangga memiliki cita rasa yang manis di bandingkan dengan mangga di bagian bondowo utara. - Memaksimalkan harga pada saat kondisi tinggi dan merambah pasar daerah seperti jakarta, bandung, bali, dan jokjakarta	- Penjualanya masih belum merambah pasar digital hanya pasar tradisional saja. - Tidak laku di pasaran jika menggunakan nama mangga bondowoso berbeda dengan menggunakan nama mangga situbondo
Threats	Strategi ST:	Strategi WT:
1. Gagal panen 2. Harga tergantung tengkulak/dagang 3. Harga turun saat panen raya 4. Banyak mangga gadung serupa 5. Mangga situbondo lebih terkenal	- Terjadinya gagal panen yang disebabkan oleh lalat buah - Banyaknya mangga yang varietas berbeda di pasar sekitar sehingga dapat menurunkan penjualan.	- Penjualan tidak mengikuti perkembangan zaman /digitalisasi, meskipun demikian sudah mempunyai koneksi penjualan cukup luas bahkan sampai samarinda. - Memberikan stiker lebel pada mangga gadung

Sumber : diolah dari data primer, Tahun 2023

Analisis Matriks IFE

Tabel 3. Analisis Matriks IFE

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Harga yang terjangkau	0,11	3	0,33
Ukuran yang besar	0,15	4	0,56
Rasa yang manis	0,15	4	0,56
Penjualan yang baik	0,11	3	0,33
Kekuatan distribusi mangga	0,11	3	0,33
Kelemahan			
Pemasaran konfensional	0,11	3	0,33
Produk tidak berlabel	0,07	2	0,14
Minim kegiatan promosi	0,07	2	0,14
Produk belum terkenal	0,04	1	0,03
Keterbatasan teknologi dan inovasi	0,07	2	0,14

Total	1	3,16
--------------	----------	-------------

Sumber : diolah dari data primer, Tahun 2023

Dari hasil rating 27 yang di dapat pada tabel mangga gadung bobot x rating memiliki total nilai 3,16 yang berrarti mangga gadung dalam hal ini memanfaatkan kekuatan dalam kondisi internal petani.

Analisis Matriks EFE

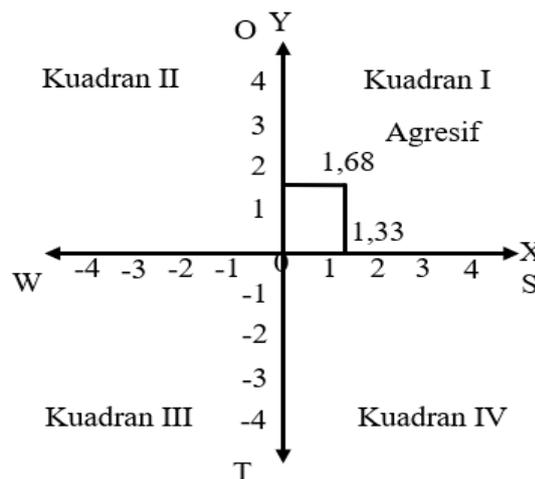
Tabel 4. Analisis Matriks EFE

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Banyak permintaan	0,15	4	0,56
Pemasaran luas	0,15	4	0,56
Banyak konsumen dan tengkulak tertarik	0,11	3	0,33
Berpeluang pasar ekspor	0,15	4	0,56
Peluang eduwisata agribisnis mangga	0,11	3	0,33
Ancaman			
Gagal panen	0,04	1	0,03
Bahan tergantung tengkulak	0,07	2	0,14
Harga turun saat panen raya	0,07	2	0,14
Banyak produk serupa	0,07	2	0,14
Mangga situbondo lebih terkenal	0,07	2	0,14
Total	1		2,93

Sumber : diolah dari data primer, Tahun 2023

Berdasarkan hasil pada tabel EFE didapatkan hasil demgan jumlah keseluruhan 27. Penjumlahan yang di peroleh bobot x rating dengan hasil 2,93 yang berarti petani memanfaatkan secara efektif. Petani mengambil keuntungan dari peluang dari ancaman eksternal.

Diagram Matriks SWOT



Gambar 1.1 Diagram Matriks SWOT

Sumber : diolah dari data primer, Tahun 2023

Berdasarkan diagram pada tabel 5.7 analisis SWOT, didapatkan hasil matriks IFE sebesar 1,33 dan matriks EFE sebesar 1.68 menunjukkan posisi usaha tani mangga gadung di kelompok tani kutilang jaya 5 desa Bandilan berada di agresif. Dimana kekuatan yang besar didukung juga oleh peluang yang besar pula, strategi yang digunakan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif, pada posisi agresif usaha tani memiliki kekuatan dan peluang lebih besar dibanding kelemahan dan ancaman (Anggraini et al, 2017).

Bentuk strategi agresif yang bisa dilakukan oleh kelompok tani kutilang jaya 5 di desa Bandilan antara lain:

1. Optimasi marketing
2. Melakukan penanganan pasca panen
 - a. Sortasi
 - b. Grading
 - c. Pelebelan stiker
 - d. Pengemasan
3. Memberikan promo offline dengan cara memasang benner disetiap jalan yang berpotensi dilihat orang.
4. Membuat eduwisata agribisnis mangga gadung
5. Pengelolaan mangga gadung menjadi produk oleh-oleh khas bondowoso

KESIMPULAN

1. Pendapatan usahatani mangga gadung di kelompok tani kutilang jaya 5 desa Bandilan sebesar Rp 25.207.597/Th.

Dengan rincian penerimaan sebesar Rp 61.950.000/Th dan total biaya sebesar Rp 36.577.903/Th.

2. Selanjutnya perlu adanya pengembangan promosi untuk meningkatkan keuntungan dengan cara membangun Eduwisata.
3. Analisis SWOT menunjukkan posisi diagram matriks SWOT berada di kuadran I dengan strategi agresif yang menguntungkan.

SARAN

1. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan menggunakan teori pendapatan dan strategi pemasaran dengan fokus kajian yang akan diteliti.
2. Bagi petani usaha tani mangga gadung di kelompok tani kutilang jaya 5 desa Bandilan untuk menerapkan stiker lebel, pengemasan yang baik, promosi melalui media online, dan eduwisata agribisnis mangga gadung supaya keuntungan meningkat dan pemasaran lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, M. N., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2019). Perilaku Budidaya Petani Mangga Dikaitkan dengan Lembaga Pemasarannya di Kecamatan Greged Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 5(1), 987.
- Amalia. Alif, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik. *Jurnal Administrasi Bisnis* vol. 1 No. 1
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. Kotler, P., & Nazir, Mohammad, 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Mawardati, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Kentang Di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh. *Jurnal Agrium*, 10(2), 38.

Rangkuti, Freddy. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Relawati, R., Baroh, I., & Ariadi, B. Y. (2017). Analisis Swot Untuk Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Olahan Apel Di Malang Raya. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(1), 58.

Soekartawi. (2016). Analisis Usahatani. Universitas Indonesia. (2017). Ilmu Usahatani. Universitas Indonesia

A. Fahmi Zakariya, 2020, Pemberdayaan Nelayan dalam Mambangun Kekuatan Ekonomi Melalui Pengolahan Ikan Di Desa Karangagung, *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal*, 2 (2), 133-150.

Diana dkk, 2020, Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19, *Jurnal UMJ*, 2-7

Faisal Nur Herry, 2021, Analisis Peningkatan Nilai Ekonomi Ikan Laut Menjadi Olahan Nugget, *Jurnal Agribis*, 7 (2), 7-11.

Fawaid Ahmad dkk, 2020, Home Industri Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat, *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 14 (1), 110-128

Pratami Ayu Cahya Wayan Ni dkk, 2016, Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar, *Jurnal Sistem dan Informatika*. 11 (1), 77-85

Riyansyah Fahmi dkk, 2018, Pemberdayaan Home Industry dalam Penigkatan Ekonomi Masyarakat, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 3 (2), 87-109.

Rochdiani Dini dkk, 2018, Manajemen Usaha Home Industry Desa Sindangsari Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang, Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat, 7 (1), 51-55

Sugiono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Produk Skincare Garnier Di Kota Majalengka). Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(1), 187-199.

Suryati, L. (2015). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV BudiUtama.

Wahyuddin, 2004, *Industri dan Orientasi Ekspor Dinamika dan Analisis Spasial*, Muhammadiyah University Press, Surakarta.

Winarno, T & Darsono. (2019). Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di JawaTimur. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.