

**ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN
BUAH PEDADA (*Sonneratia Caseolaris L*) MENJADI SIRUP
PEDADA**

**(studi kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung
Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)**

SKRIPSI

**OLEH
NILMA APRILIA
17.822.0021**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 31/8/23

Access From (repository.uma.ac.id)31/8/23

**ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN BUAH
PEDADA (*Sonneratia Caseolaris L*) MENJADI SIRUP PEDADA
(studi kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan
Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



**OLEH
NILMA APRILIA
17.822.0021**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 31/8/23

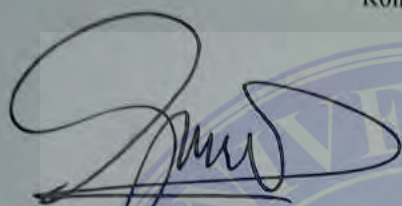
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)31/8/23

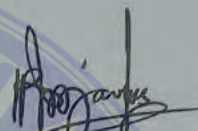
Judul Skripsi : Analisis Pendapatan dan Strategi Pemasaran Buah Pedada
(*Sonneratia caseolaris L*) menjadi sirup pedada (studi kasus
Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan
Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)

Nama : Nilma Aprilia
NPM : 178220021
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



Ir. Gustami Harahap, MP
Pembimbing I

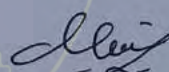


Rahma Sari Siregar, SP.M.Si
Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Zuhri Noer, MP
Bekas Dekan Fakultas Pertanian



Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 04 Mei 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun ini sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Skripsi ini.

Medan, 26 Juli 2023



Nilma Aprilia
17.822.0021

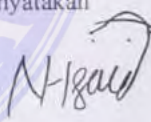
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nilma Aprilia
NPM : 17.822.0021
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "Analisis Pendapatan dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris L*) menjadi sirup pedada (studi kasus Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)". Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

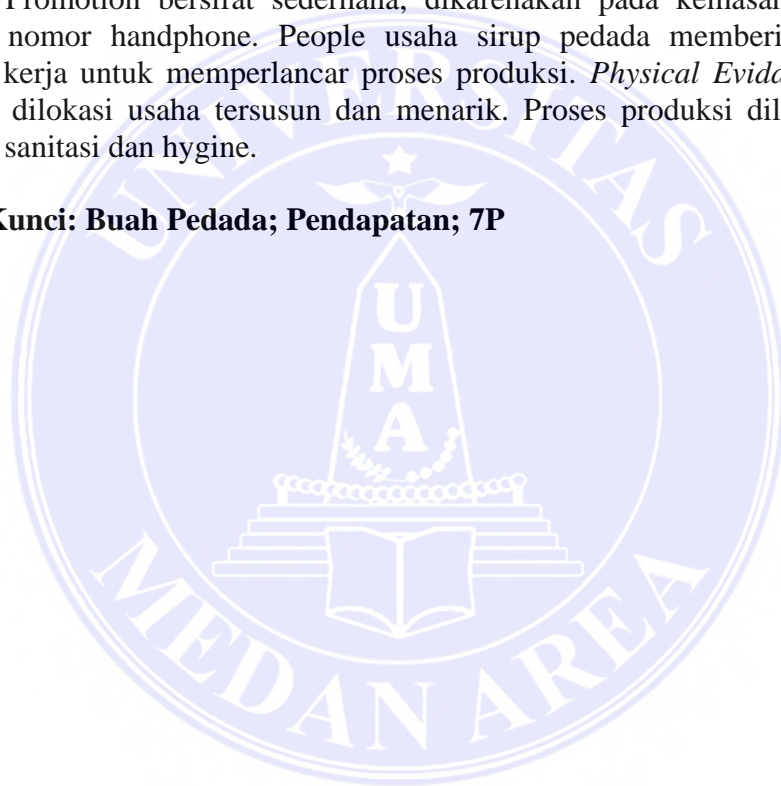
Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 26 Juli 2023
Yang Menyatakan


Nilma Aprilia

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pendapatan pelaku usaha sirup pedada dan untuk mengetahui strategi pemasaran buah pedada menjadi sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai. Jenis penelitian yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif, penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (*Purposive*), populasi dan sampel terdiri dari 1 (sampel jenuh), teknik pengumpulan data yang digunakan data primer dan sekunder, teknik analisis data yaitu analisis pendapatan dan strategi pemasaran menggunakan 7P (*marketing mix*). Hasil penelitian pendapatan usaha sirup pedada per bulan sebesar Rp. 2.674.376, Penerapan strategi pemasaran 7P ditinjau dari Produk, produk sudah berlogo halal dengan ukuran 550 ml. Price sirup pedada Rp. 30.000/botol. Tempat pemasaran dilakukan dirumah pelaku usaha. Promotion bersifat sederhana, dikarenakan pada kemasan botol hanya tertera nomor handphone. People usaha sirup pedada memberikan pelatihan tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi. *Physical Evidance*, penataan produk dilokasi usaha tersusun dan menarik. Proses produksi dilakukan sesuai prinsip sanitasi dan hygiene.

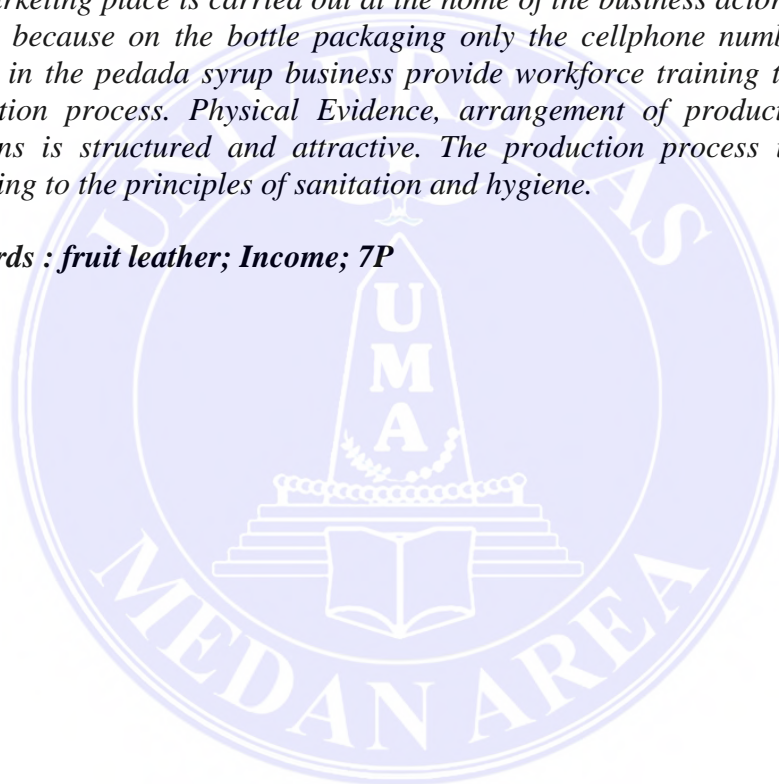
Kata Kunci: Buah Pedada; Pendapatan; 7P



ABSTRACT

This study aims to find out the income of business actors in the pedada syrup business and to find out the marketing strategy for pedada fruit to become pedada syrup in Jalan Bambu Kuning, Tanjung Selat Village, Medan, Tanjungbalai City. This type of research is descriptive with a qualitative approach, location determination is determined purposively (purposive), population and sample consist of 1 (saturated sample), data collection techniques used primary and secondary data, data analysis techniques namely income analysis and marketing strategy using 7P (marketing mix). The results of the research on pedada syrup business income per month are Rp. 2,674,376, Implementation of the 7P marketing strategy in terms of products, the product has a halal logo with a size of 550 ml. The price of chest syrup is Rp. 30,000/bottle. The marketing place is carried out at the home of the business actor. Promotion is simple, because on the bottle packaging only the cellphone number is printed. People in the pedada syrup business provide workforce training to expedite the production process. Physical Evidence, arrangement of products at business locations is structured and attractive. The production process is carried out according to the principles of sanitation and hygiene.

Keywords : fruit leather; Income; 7P



RIWAYAT HIDUP

Nilma Aprilia dilahirkan di Labuhan Ruku, Kecamatan Talawi, Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 14 April 1999. Penulis merupakan anak ke tiga dari lima bersaudara yang merupakan putri dari Ayanda M. Syahnih dan Ibu Salmah.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah SD 132404 Kota Tanjungbalai, dan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Kota Tanjungbalai, selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri SMK Negeri 4 Kota Tanjungbalai. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah bergabung di Organisasi Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRI) pada tahun 2019 sebagai anggota di Devisi Sumber Daya Manusia (SDM). Pada tahun 2020 penulis pernah melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Dinas Pertanian Kota Tanjungbalai Jalan. Sudirman Kilometer 5 Pasar 7 Kelurahan Sijambi Kecamatan Datuk Bandar dari bulan Agustus sampai dengan September pada tahun 2020.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (*Sonneratia Caseolaris L*) Menjadi Sirup Pedada Studi kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku dekan Fakultas Pertanian Medan Area
2. Marizha Nurcahyani, S.ST. M.Sc selaku ketua program studi Fakultas Pertanian Medan Area
3. Ir. Gustami Harahap, MP. Selaku Pembimbing I dan Rahma Sari Siregar, SP, M.Si Selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan selama masa penulisan skripsi kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Bapak/Ibu Pengusaha Sirup Pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai yang telah membantu memberikan data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua Orang tua tercinta Ayahanda M. Syahnil dan Ibunda Salmah atas jerih payah dan doa serta dorongan moral dan materi kepada penulis.

7. Saudara kandung saya Kakanda Riansyah Putra, Kakanda Mirna Astuti, Adik Syahfitri Rahayu dan M. Rizky Al-Ikhsan Syahputra yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis serta keponakan-keponakan tersayang saya.
8. Seluruh temen-temen yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Medan, 26 Juli 2023

Nilma Aprilia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Buah Pedada	11
2.1.1 Klasifikasi.....	11
2.1.2 Morfologi	13
2.2 Sirup Pedada.....	15
2.2.1 Manfaat Sirup Buah Pedada.....	17
2.3 Konsep Strategi Pemasaran	18
2.3.1 Pengertian Strategi	18
2.3.2 Pengertian Pemasaran	19
2.3.3 Strategi Pemasaran	21
2.4 Pendapatan.....	23
2.4.1 Tanah.....	25
2.4.2 Modal (Sarana Produksi).....	26
2.4.3 Tenaga Kerja	27
2.4.4 Manajemen	28

2.4.5 Pendapatan dan Biaya	28
2.5 Penelitian Terdahulu.....	30
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian	34
3.3 Populasi dan sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Skunder	36
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.6 Defenisi Operasional Variabel	38
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.1.1 Letak Geografis dan Luas Wilayah	40
4.1.2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	42
4.1.3 Jumlah Penduduk Menurut Umur	43
4.1.4 Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan.....	44
4.2 Gambaran Umum Usaha Sirup Pedada	44
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil	49
5.1.1 Alat dan Proses Produksi Sirup Pedada	49
5.1.2 Proses Produksi Pengolahan Sirup Pedada	51
5.1.3 Pendapatan	55
5.1.4 Strategi Pemasaran 7P	58
5.2 Pembahasan	68
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.	Luas Hutan Mangrove di Indonesia	3
2.	Total Produksi Sirup Pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timut Kota Tanjungbalai.....	6
3.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kotssa Tanjungbalai	42
4.	Jumah Penduduk Menurut Umur di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai	43
5.	Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai	44
6.	Penerimaan Usaha Sirup Pedada per Bulan (Rp)	55
7.	Rata-Rata Usaha Sirup Pedada per Bulan (Rp)	56
8.	Rata-Rata Biaya Tetap Usaha Sirup Pedada per Bulan	57
9.	Rata-Rata Biaya Variabel Usaha Sirup Pedada par Bulan	58
10.	Perhitungan Bauran Produk	65
11.	Perhitungan Bauran Price	66
12.	Perhitungan Bauran Place	66
13.	Perhitungan Bauran Promotion	66
14.	Perhitungan Bauran People	67
15.	Perhitungan Bauran <i>Physical Evidance</i> (Tampilan Fisik)	67
16.	Perhitungan Bauran Proses	67

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	10
2.	Buah Pedada	45
3.	Sirup Pedada	47
4.	Proses Buah Pedada Menjadi sirup Pedada	52



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	81
2.	Hasil Olahan Data	89
3.	Dokumentasi Penelitian	91
4.	Lokasi Penelitian.....	99
5.	Surat Pengantar Riset Kelurahan Selat Tanjung Medan	100
6.	Surat Selesai Riset Kelurahan Selat Tanjung Medan.....	101



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Wilayah sebaran hutan *mangrove* di Indonesia cukup luas, hanya *mangrove* tropis yang memiliki densitas spesies tinggi. Lebih dari sepertiga luasan *mangrove* tropis ada di Asia Tenggara. Dari jumlah itu yang masuk wilayah Indonesia mencapai lebih dari 80%. Sehingga Indonesia menjadi negara dengan hutan mangrove terluas (Risnandar, 2017).

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki hutan mangrove terluas di dunia sekitar 3.735.250 ha (Ditjen INTAG, 1993). Luas hutan mangrove Indonesia hampir 50% dari luas mangrove Asia dan hampir 25% dari luas hutan mangrove dunia. Ekosistem mangrove terutama hutan mangrove merupakan komponen penting di wilayah pesisir. Ekosistem ini sangat dipengaruhi oleh pasang surut air laut dan masukan air dari sungai. Hutan mangrove merupakan wilayah yang subur karena adanya transportasi nutrient dari aliran sungai dan pasang surut air laut (Gunarto, 2004).

Hutan mangrove merupakan salah satu bentuk ekosistem hutan yang unik dan khas, terdapat di daerah pasang surut di wilayah pesisir, pantai, dan atau merupakan potensi sumber daya alam yang sangat potensial. Hutan mangrove memiliki nilai ekonomis dan ekologis yang tinggi, tetapi sangat rentan terhadap kerusakan apabila kurang bijaksana dalam mempertahankan, melestarikan dan pengelolaannya (Waryono dan Didit 2002).

Sebagai salah satu ekosistem pesisir, hutan mangrove memiliki fungsi ekologis dan ekonomis. Fungsi ekologis antara lain: pelindung garis pantai, mencegah intrusi air laut, habitat, tempat mencari makan, tempat asuhan dan

pembesaran, tempat pemijahan bagi biota perairan serta sebagai pengatur iklim mikro. Sedangkan fungsi ekonomi antara lain adalah sebagai penghasil keperluan rumah tangga, penghasil keperluan industri dan penghasil bibit (Rochana, 2002).

Menurut Bengen (2000), vegetasi hutan mangrove di Indonesia memiliki keanekaragaman jenis tinggi, namun demikian hanya terdapat kurang lebih 47 jenis tumbuhan yang spesifik hutan mangrove. Paling tidak di dalam hutan mangrove terdapat salah satu jenis tumbuhan sejati penting/dominan yang termasuk ke dalam empat family: Rhizophoraceae, (Bruguiera dan Ceriops), Sonneratiaceae (Sonneratia), Avicenniaceae (Avicennia) dan Meliaceae (Xylocarpus).

Menurut Robertson, (1991) komunitas mangrove merupakan ekosistem pantai di wilayah pesisir yang unsur-unsur penting di dalamnya dipertimbangkan, karena mereka dikenal sebagai sistem penghasil yang tinggi, yang mana kegunaannya sebagai pemelihara bagi berbagai spesies laut yang penting secara komersial. Begitu juga dengan flora yang terdapat pada hutan mangrove seperti bakau (*Rhizophora* sp), api-api (*Avicenna* sp). Pedada (*Sonneratia* sp), tanjang (*Bruguiera* sp), nyirih (*Xylocarpus* sp), tengar (*Ceriops* sp) yang umumnya dijumpai di pesisir Indonesia dapat memberi perlindungan dan dukungan bagi kehidupan fauna di dalamnya. Detritus dari mangrove merupakan dasar pembentukan rantai makanan bagi banyak organisme pesisir dan laut.

Persebaran hutan mangrove di Indonesia sudah tidak diragukan lagi keberadaannya. Terlebih lagi Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki jutaan kilometer garis pantai yang rentan terhadap erosi air laut. Keberadaan hutan mangrove di Indonesia hampir ada di semua pulau di Indonesia

dari pulau besar maupun kecil. Luas dari hutan mangrove di wilayah Indonesia sendiri mencapai 3.716.000 hektare. Berikut ini merupakan data dari luas hutan mangrove di Indonesia:

Tabel 1. Luas hutan mangrove di Indonesia

No.	Pulau-pulau yang terdapat hutan mangrove	Luas hutan (ha)
1.	Papua	2.943.000
2.	Sumatera	417.000
3.	Kalimantan	165.000
4.	Sulawesi	53.000
5.	Jawa	34.400
6.	Bali	3.700
7.	Nusa Tenggara	3.700
8.	Kepulauan lainnya	96.200
Total		3.716.000

Sumber data: *Ilmugeografi.com*

Berdasarkan tabel 1 luas hutan mangrove di Indonesia dapat dilihat kepulauan papua memiliki luas hutan mangrove paling luas dengan jumlah 2.943.000 ha, kemudian luas hutan mangrove terbesar kedua yaitu kepulauan Sumatra dengan luas hutan mangrove berjumlah 417.000 ha, dan dapat dilihat bahwa luas hutan mangrove yang paling sedikit yaitu kepulauan Bali dan Nusa Tenggara dengan luas hutan mangrove sebsar 3.700 ha.

Salah satu provinsi yang ada di Sumatera adalah Sumatera Utara yang juga memiliki luas hutan mangrove mencapai 65.000 ha dalam kondisi yang baik.

(Media Sumutku 06 september 2020).

Salah satu kota yang berada di Sumatera Utara adalah Kota Tanjungbalai yang mana merupakan kota madya yang letaknya dikelilingi oleh asahan, Kota Tanjungbalai memiliki 6 kecamatan dan 31 Kelurahan, adapun Kecamatan yang

ada di kota Tanjungbalai yaitu Datuk Bandar, Datuk Bandar Timur, Tanjungbalai Selatan, Tanjungbalai Utara, Sei Tualang Raso dan Teluk Nibung. Salah satu Kecamatan Datuk Bandar Timur di Tanjungbalai Memiliki Kelurahan Selat Tanjung Medan yang memiliki Hutan mangrove seluas 22 hektare yang mana tumbuhnya di sepanjang aliran pesisir pantai dan sungai.

Fungsi ekonomi hutan mangrove dapat berupa pemanfaatan hasil hutan mangrove yang ada, seperti pemanfaatan kayu sebagai kayu bakar, bahan baku industri, alat bangunan, pembuatan tambak, ekowisata, dan pengolahan bahan pangan dari hasil hutan mangrove (Hiarley, 2009).

Hasil hutan mangrove saat ini banyak dimanfaatkan menjadi berbagai jenis olahan pangan seperti jenang, dodol, sirup, kerupuk, teh, dan lain-lain. Produk olahan mangrove umumnya dikelola oleh masyarakat yang tinggal di pesisir hutan mangrove. Dibeberapa daerah hasil mangrove dikelola oleh kelompok masyarakat, yang nantinya hasil yang diperoleh dari produksi olahan pangan dari hasil mangrove dijadikan sebagai pemasukan untuk pembangunan perekonomian oleh masyarakat setempat (Indra et al., 2007).

Menurut Andriani, et al., (2015) Buah *Sonneratia caseolaris* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan jenis tanaman mangrove lainnya yaitu sifat buahnya tidak beracun, dapat dimakan langsung, rasa asam dan aroma yang khas serta tekstur buah yang lembut membuat buah *Sonneratia caseolaris* cocok diolah untuk dijadikan beberapa produk pangan seperti jenang, dodol, selai dan sirup.

Usaha olahan *mangrove* menjadi produk makanan tampaknya belum banyak dikembangkan dan diminati oleh masyarakat pesisir. Banyak masyarakat

yang tidak tahu bahwa buah *mangrove* dapat dikonsumsi dan kulit kayunya dapat dimanfaatkan sebagai pewarna kain. Pengetahuan tentang potensi dan manfaat *mangrove* sebagai sumber pangan masih sangat sedikit dan belum banyak diketahui (Priyono A, 2010).

Salah satu produksi mangrove yang tidak banyak digunakan adalah buahnya, biasanya yang dapat digunakan dari mangrove ini yaitu kayunya. Salah satu produksi mangrove yang dapat digunakan adalah buahnya yang dikenal dengan nama buah pedada yang mana memiliki bentuk mirip seperti buah apel dan buah itu bisa diolah menjadi sirup, olahan ini bisa menghasilkan pendapatan rumah tangga yang meningkatkan incam rumah tangga.

Buah pedada merupakan buah yang hidup disepanjang aliran pinggir sungai, yang mana tidak semua masyarakat mengetahui bahwa buah pedada ini bisa di olah, banyak masyarakat yang membiarkan buah ini terbuang begitu saja. Salah satu masyarakat Tanjungbalai mencoba mengolah buah pedada ini untuk dijadikan bahan sirup, dimana yang dimanfaatkan dari buah pedada ini yaitu dagingnya, yang diolah menjadi sirup dengan berbagai tahapan proses yang dilalui.

Untuk memperoleh buah pedada ini, kita bias memesannya / membelinya dari masyarakat yang bermukim di sekitaran pesisir dengan harga Rp.10.000/kg nya, dengan kesepakatan buah pedada ini diantar kerumah pembeli atau bias juga di ambil ke lokasi secara langsung.

Pengolahan buah pedada awalnya dikelola pada tahun 2017 yang mana bermula dari adanya ide yang terpikirkan dikarenakan melihat dari internet dan lingkungan sekitar sehingga adanya niat ingin mencoba membuat olahan baru

yang berbahan dasar buah pedada, yang mana buah pedada dapat di olah menjadi sirup yang rasanya asam manis. Produksi dari usaha olahan buah pedada ini sudah berjalan 4 tahun lamanya, usaha ini dirintis pada tahun 2017 sampai dengan saat ini. Untuk haraga jual sirup pedada ini Rp. 30.000,00 / botol.

Pengembangan agroindustri buah *mangrove* dengan mengolahnya menjadi sirup dan jenis makanan lainnya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan kesempatan kerja, kesempatan berusaha bagi masyarakat pesisir, meningkatkan mutu produk buah *mangrove* yang selama ini hanya dianggap buah biasa yang dibiarkan berjatuhan dipohonnya dan menjadi sampah.

Dari hasil olahan menjadi sirup, ada beberapa olahan lain yang dapat di buat dari sirup pedada ini yaitu selai, dodol, permen, jus, kue bolu, kue bika dan jenis makan lainnya.

Adapun produksi buah pedada yang diolah menjadi sirup pedada pertahunnya dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Total Produksi Sirup Pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur kota Tanjungbalai

No.	Tahun	Produksi/ Botol
1	2017	240
2	2018	300
3	2019	420
4	2020	600

Berdasarkan data tabel 2 dapat dilihat bahwa produksi sirup pedada di Jalan. Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur pada tahun 2017 menghasilkan produksi sejumlah 240 botol. Sedangkan pada tahun 2020 mengalami peningkatan sejumlah 600 botol. Hal ini

menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah produksi yang dipengaruhi oleh permintaan.

Strategi pemasaran sirup pedada yang belum maksimal dikarenakan beberapa hal, salah satunya masyarakat belum mengetahui olahan dari buah pedada yang ternyata bisa dikonsumsi dalam bentuk sirup pedada, jus, permen, kue bika dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil prasarvei pada tanggal 23 maret 2021 bahwa analisis pendapatan dan strategi pemasaran yang dilakukan belum efisiensi sehingga sirup pedada belum dikenal oleh konsumen atau masyarakat umum khususnya di Kota Tanjungbalai.

Berdasarkan permasalahan yang ada dilapangan maka peneliti menganggap perlu mengangkat penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris L*) menjadi sirup pedada (studi kasus Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa pendapatan pelaku usaha sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai ?
2. Bagaimana strategi pemasaran buah pedada menjadi sirup pedadadi Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pendapatan pelaku usaha sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran buah pedada menjadi sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Dapat memberikan manfaat dan informasi serta pertimbangan bagi pihak terkait untuk dapat mengembangkan usaha sirup pedada serta meningkatkan pendapatan produsen sirup pedada.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan untuk para pembaca, masyarakat umum dan dan pihak- pihak lain yang membutuhkan

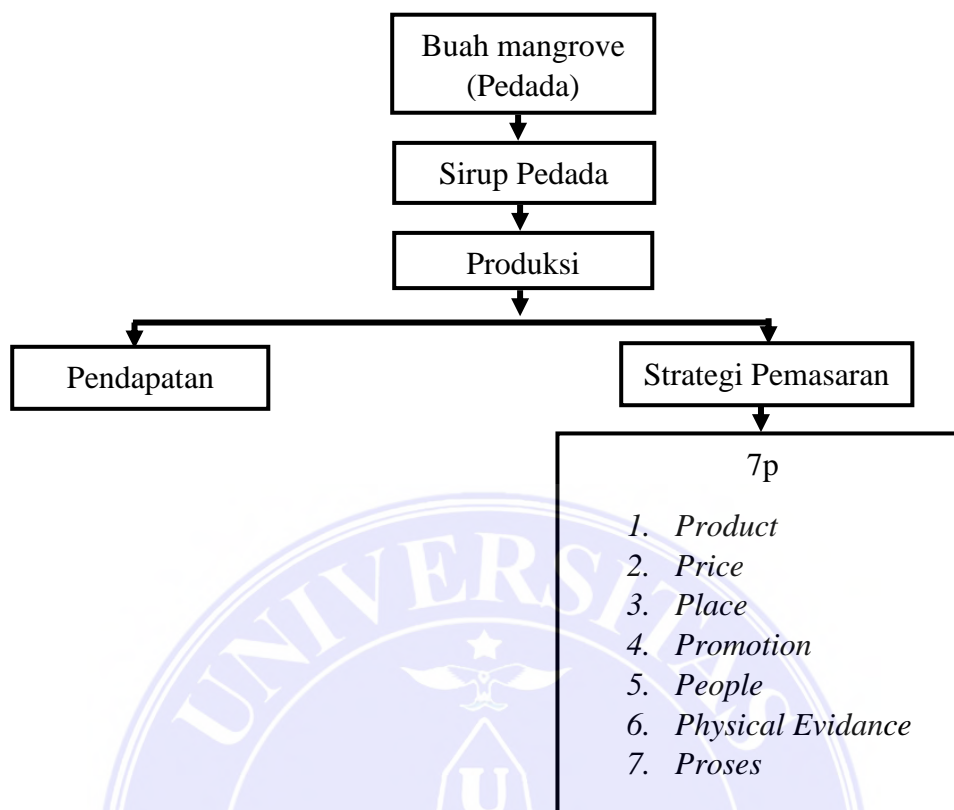
1.5 Kerangka Pemikiran

Buah mangrove merupakan buah yang berasal dari tanaman yang berada di sekitar aliran pantai atau sungai yang mana sebagian orang mengenalnya sebagai buah pedada (*Sonneratia caseolaris L*). Buah ini juga dikenal dengan sebutan apel mangrove karena buah ini mirip dengan buah apel, tetapi masyarakat melayu menyebutnya sebagai buah berembang.

Sirup pedada merupakan salah satu produk yang belum banyak diketahui oleh masyarakat dikarenakan masyarakat tidak mengetahui bahwa buah mangrove jenis pedada ini dapat diolah menjadi bahan baku makanan dan minuman.

Sedangkan masyarakat dilokasi Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai hanya mengetahui bagian batangnya yang digunakan sebagai kayu bakar ataupun sebagai tanaman penahan abrasi.

Usaha sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai sudah berproduksi sejak tahun 2017 sampai saat ini. Setiap tahunnya mengalami peningkatan produksi tetapi tidak dalam bentuk skala yang besar, hal ini dikarenakan kurangnya strategi pemasaran produk tersebut. Maka peneliti menganggap perlu mengangkat penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan dan Strategi Pemasaran Buah Pedada Menjadi Sirup Pedada” dengan menggunakan metode 7P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Proses*.



Gambar 1. Skema kerangka pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Buah Pedada

Buah Pedada (*S. caseolaris*) merupakan tanaman sejati penghasil buah yang hidup mangrove. Buah ini mengandung vitamin B1, B2, dan C yang berperan dalam metabolisme tubuh, terutama produksi energi dan sintesis protein. Buah pedada berbentuk bulat, ujung bertangkai, dan bagian dasarnya terbungkus kelopak bunga. Buah ini berwarna hijau dan mempunyai aroma yang sedap, rasanya asam, tidak beracun dan dapat langsung dimakan. Untuk memanfaatkan kandungan gizinya, buah pedada dapat diolah menjadi olahan pangan yang disukai masyarakat dan tahan lama, serta diproses secara sederhana, misalnya dalam bentuk selai dan sirup. Proses pembuatan selai dan sirup dipengaruhi oleh berbagai parameter, seperti jenis buah, suhu, dan teknologi proses. Selai dan sirup merupakan produk tradisional yang diperoleh dari pemanasan bubur atau ekstrak buah. Baik selai maupun sirup diolah dengan proses pemanasan dan penambahan gula, hanya berbeda dalam komposisi bahan dan suhu pemanasannya (Manalu et al., 2013).

2.1.1 Klasifikasi

Klasifikasi pedada (*Sonneratia caseolaris*) (Spalding et al 2010):

Kingdom : *Plantae*
Subkingdom : *Tracheobionta*
Super Divisi : *Spermatophyta*
Divisi : *Magnoliophyta*
Kelas : *Magnoliopsida*
Sub Kelas : *Rosidae*

Ordo : *Myrtales*
Famili : *Lythraceae*
Genus : *Sonneratia*
Species : *Sonneratia caseolaris*

Buah pedada banyak ditemui di daerah perairan payau yang merupakan tempat bertumbuhnya tanaman mangrove. Buah pedada merupakan buah yang bagian dasarnya terbungkus kelopak bunga, berbentuk bola, dan ujung buah tersebut bertangkai. Buah tersebut tidak beracun dan langsung dapat dimakan. Buah pedada memiliki rasa yang asam dan aroma yang khas yang menjadi daya tarik buah tersebut (Spalding et al 2010).

Buah pedada, merupakan jenis tumbuhan yang umumnya hidup di perairan dekat pantai. Di Indonesia sendiri tanaman ini sangat melimpah jumlahnya, bahkan berdasarkan sumber yang ada disebutkan bahwa luas hutan bakau Indonesia antara 2,5 hingga 4,5 juta hektar, merupakan mangrove yang terluas di dunia, melebihi Brazil (1,3 juta ha), Nigeria (1,1 juta ha) dan Australia (0,97 ha) (Spalding et al 2010).

Buah Pedada (*S. caseolaris*) yang matang penuh dicirikan dengan berwarna hijau kekuning-kuningan dengan tekstur yang lunak dan buah sudah jatuh. Untuk buah yang setengah matang dicirikan berwarna hijau kekuning-kuningan namun buah masih menempel pada tangkai buah dan tektur buah belum lunak. Buah pedada yang setengah matang akan memberikan pektin yang cukup namun aromanya tidak kuat, sedangkan buah yang matang penuh akan memberikan flavor (aroma) namun pektinnya rendah (Suryani et al., 2004).

Buah Pedada (*S. caseolaris*) memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan jenis tanaman mangrove lainnya yaitu sifat buahnya tidak beracun, dapat dimakan langsung. Rasa asam dan aroma yang khas serta tekstur buah yang lembut membuat buah Pedada (*S. caseolaris*) cocok diolah menjadi sirup. Sebenarnya pembuatan sirup dari buah *Sonneratia caseolaris* bukan merupakan hal baru tetapi penentuan komposisi bahan-bahan baku dalam pembuatan sirup yang paling disukai oleh masyarakat belum dilakukan. Selama ini hanya terdapat pelatihan-pelatihan pembuatan sirupnya tanpa diteliti lebih lanjut mengenai komposisi yang paling disukai konsumen dan kandungan nutrisi pada olahan mangrove tersebut (Indra et al., 2007).

2.1.2 Morfologi

Morfologi dari buah pedada adalah buah terdiri dari bagian tangkai yang berada paling atas, kelopak, buah dan perpanjangan putik. Bentuk daun dari buah pedada adalah elips dengan ujung daun yang membulat, jumlah kelopak 6 dengan warna hijau yang mengkilap, warna buah hijau, kondisi buah pada saat masih dalam keadaan mentah, bentuk buah elips, susunan dari tulang daun menjari, benang sari berwarna merah dan renggang, diameter buah 6-8 cm, jumlah biji 800-1200 buah dan warna daging putih (Bayu, 2010).

Sonneratia caseolaris tergolong dalam family *Sonneratiaceae* dan dijumpai di Sunderbans, hutan mangrove di Bangladesh. Nama Inggris dari pohon ini adalah mangrove Crabapple dan diketahui nama lokalnya adalah Choilani atau Choila. Pohon ini selalu berdaun dan dapat tumbuh antara 15-20 meter. Pohon itu memiliki daun yang berbentuk elips dan bunga merah besar. Terdapat penopang atau akar pada pohon. *Pneumatophores* bisa mencapai 50-90 cm dan diameter 7

cm. Pohon ini dapat ditemukan dari Sri Lanka sampai Bangladesh serta Filipina, Timor, New Guinea, kepulauan Solomon dan Indonesia. Salah satu jenis mangrove yang memanfaatkan buahnya yaitu jenis pedada (*Sonneratia caseolaris*) yang hidup dan tumbuh di hutan mangrove. Tanaman ini memiliki daun berbentuk elips dan ujungnya memanjang dengan tulang daun berbentuk menjari. Bunga memiliki kelopak bunga mengkilat dan hijau serta datar dengan benang sari berwarna merah dan renggang. Buah ini memiliki morfologi yang sangat unik berbentuk bulat dengan diameter 6-8 cm. *Sonneratia* memiliki perawakan sebagai pohon besar yang memiliki banyak sekali akar serupa pensil yang mencuat ke atas. Bentuk akar ini merupakan bentuk adaptasi *sonneratia* untuk mengambil udara, karena kondisi tanah bakau yang anoksik. Secara langsung dapat dikatakan kondisi anoksik adalah kondisi beracun, tapi arti sebenarnya dari anoksik adalah kurang oksigen atau tidak ada oksigen.

Mangrove pedada merupakan mangrove yang tumbuh dikawasan pesisir dengan adaptasi tinggi terhadap kondisi salinitas. Morfologi dari buah pedada adalah buah terdiri dari bagian tangkai yang berada paling atas, kelopak, buah dan penambahan putik. Bentuk daun dari buah pedada adalah elips dengan ujung daun yang tersedia, jumlah kelopak 6 dengan warna hijau yang mengkilap, warna buah hijau, kondisi buah pada saat praktikum dalam keadaan mentah, bentuk tulang elips, susunan dari daun menjari, benang sari berwarna merah dan renggang, diameter buah 6-8 cm, jumlah biji 800-1200 buah dan warna daging putih (Bayu, 2010).

Pedada adalah jenis pohon penghuni rawa-rawa tepi sungai dan hutan bakau dengan pohon berukuran kecil hingga sedang, tinggi sekitar 15 m, tajuk

renggang dengan mengomel-ranting menggantung di ujung, serta banyak akar nafas muncul vertikal di sekeliling batangnya. Daun-daun tunggal, berhadapan, berukuran 5–13 cm×2–5 cm, dengan pangkal bentuk baji dan ujung ujung. Tangkai daun pendek dan merah, Bunga memiliki 3 kuntum di ujung ranting dengan kelopak bertaju 6, runcing, panjang 3–4,5 cm. Daun mahkota merah, sempit, 17-35 mm×1,5-3,5 mm. Benang sari sangat banyak, panjang 2,5–3 cm, putih dengan pangkal sangat, pelanggaran rontok. Buah berbiji banyak berbentuk bola pipih, hijau, diameternya 5-7,5 cm dan tinggi 3-4 cm, duduk di atas tajuk kelopak yang hampir datar. Daging buah, masam, bau busuk (Anonim, 2010 d).

Sifat tidak buah dan langsung dapat dimakan. Buah yang telah masak berasa asam, namun binatang pembohong menyukai buah tanaman ini. Buah yang telah tua merupakan bahan baku makanan dan tidak memerlukan perlakuan atau langsung dapat dimasak menjadi aneka makanan atau minuman. Buah pohon bakau (Mangrove) mengandung energi dan karbohidrat yang cukup tinggi, bahkan melebihi berbagai jenis pangan sumber karbohidrat yang biasa dikonsumsi masyarakat umum seperti beras, jagung, singkong atau sagu. Kandungan energi buah bakau, menurut hasil penelitian, adalah 371 kilokalori per 100 gram atau lebih tinggi dari beras yang hanya 360 kilokalori per 100 gram serta jagung yang hanya 307 kilokalori per 100 gram. Sementara kandungan karbohidrat buah bakau 85,1 gram, sementara beras hanya 78,9 gram per 100 gram dan jagung 63,6 gram per 100 gram.

2.2 Sirup Pedada

Sirup buah pedada merupakan salah satu produk olahan dari buah mangrove yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dan ekologi hutan mangrove

serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang tinggal disekitar hutan mangrove, sehingga dengan adanya berbagai olahan dari buah mangrove masyarakat terbantu secara ekonomi dan dengan sendiri ikut menjaga kelestarian hutan mangrove yang berada di sekitar mereka.

Bahan yang digunakan dalam pembuatan olahan sirup pedada ini yaitu buah pedada, gula putih, air mineral, dan pewarna makanan, buah berembang yang ingin di olah harus dalam keadaan mengkal, tidak boleh terlalu masak dan mentah karena dapat mempengaruhi rasa dari sirup tersebut. Dalam proses pembuatan pedada biasanya pedada di dapatkan dengan cara di pesan terlebih dahulu terhadap warga yang rumahnya berdekatan dengan hutan mangrove, buah pedada ini belum tersedia di pasaran, dikarenakan masih belum tahunya masyarakat akan kegunaan dari buah pedada ini

Dalam sebulan olahan buah pedada ini dapat menghasilkan paling sedikit 40 botol sirup pedada dengan jumlah bahan yang di butuhkan sebanyak 6 kg buah pedada, 10 kg gula putih, 19 liter air mineral dan secukupnya pewarna makanan untuk mempercantik warna dari sirup pedada. Sementara itu untuk bulan puasa produsen dapat mengolah sirup pedada paling sedikit 60 botol, di karenakan tingginya tingkat permintaan dari pembeli. Permintaan pembeli sangat berpengaruh terhadap pendapatan produsen, semakin banyaknya permintaan terhadap sirup pedada maka semakin besar penghasilan yang di dapat kan produsen.

Harga jual sirup berembang perbotolnya Rp 30.000,00. Dalam sebulan dapat menghasilkan uang sebesar Rp 4.800.000,00/ perbulannya, jika permintaan meningkat produsen dapat menghasilkan uang.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan maupun *home industry* untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan. Dalam proses pemasaran sirup berembang ini biasanya dilakukan melalui dari orang ke orang atau melalui media online.

2.2.1 Manfaat Sirup Pedada

Nilai keunggulan dari sirup Apel Mangrove berdasarkan penelitian (Raindly,2006) antara lain adalah kandungan vitamin C cukup tinggi (50,1 mg/100 gr sirup), dan mengandung iodium dengan kadar 0,68 mg/kg sirup. Dalam tubuh vitamin C berfungsi sebagai antioksidant, sedangkan Iodium untuk sistesis hormon tiroksin, yaitu suatu homon yang dihasilkan oleh kelenjar tiroid yang sangat dibutuhkan untuk proses pertumbuhan, perkembangan, dan kecerdasan. Berdasarkan penelitian (Raindly, 2006) sirup “Apel Mangrove” telah layak dan aman untuk dikonsumsi karena bebas dari bahan berbahaya dan beracun (B3), memenuhi syarat mutu sesuai dengan SNI 01-3544- 1994 (untuk sirup), sehingga aman untuk dikonsumsi dan diproduksi secara berkelanjutan. Sirup buah bogem Mangrove yang memiliki rasa dan aroma yang khas, serta beriodium dan bervitamin C yang bermanfaat bagi kesehatan dapat dijadikan prospek untuk membentuk wirausaha baru ini, diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi mangrove baik dari sisiekologi maupun ekonomi.

2.3 Konsep Strategi Pemasaran

2.3.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah sistem mendasar dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, pengarahannya sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan lain (Boyd, Walker, dan Larreche, 2000). Sedangkan menurut Freddy Rangkuti, strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dan ada tahap-tahap dalam menyusun strategi yaitu memilih komunikasi pemasaran dan media yang tepat. Komunikasi pemasaran ini adalah pemilihan fungsi-fungsi yang digunakan secara tepat waktu sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan. Kegiatan yang paling penting adalah menentukan jenis komunikasi, jenis media, frekuensi, jangkauan serta efektivitas pesan yang ingin disampaikan. Tahap strategi selanjutnya adalah memilih ide yang kreatif dengan tujuan untuk mendukung strategi yang sudah ditetapkan. Usahakan membuat ide yang sesuai dengan positioning produk/jasa dan penempatan media yang tepat sehingga mampu menarik perhatian dan melibatkan target market serta memotivasi tujuan agar mencoba produk atau jasa yang ditawarkan (Rangkuti, 2009).

Strategi juga harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu, agar mencapai tujuan akhir dan sasaran yang tepat. Strategi juga merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan agar mencapai tujuan. Langkah-langkah yang dihadapi terkadang penuh liku-liku dan ada pula langkah yang dihadapi relatif lebih mudah. Di dalam strategi juga ada rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu langkah yang harus dijalankan secara hati-hati dan terarah (Kasmir, 2013).

Suatu rencana permainan untuk mencapainya juga merupakan strategi, di mana suatu rencana permainan dimisalkan suatu unit bisnis. Setiap unit bisnis harus merancang strategi untuk pencapaian tujuannya. Ada empat tahapan dalam menentukan keputusan strategi yaitu pertama, menentukan perumusan unit usaha untuk membagi-bagi kegiatan suatu badan usaha menjadi unit-unit yang membedakan dari divisi produk. Unit usaha memberikan ketentuan yang lebih sempit bagi analisis strategi terhadap pasar dan perencanaan. Adapun tahapan kedua yaitu, menentukan klasifikasi strategi atau variabel-variabel kunci agar dapat membuat ukuran dan menilai suatu strategi serta mengevaluasi kinerja, pada tahap ini pemilihan variabel kunci kesuksesan industri perusahaan. Ketiga, memilih strategi yang berperan yaitu industrial economy atau yang merupakan ekonomi mikro, maksudnya melihat industri sebagai sasaran. Dan keempat, mengevaluasi seluruh portofolio yang dimiliki agar dapat menjalankan keempat tahapan ini (Al Arif, 2012).

2.3.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dan yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran yaitu meliputi aspek fisik dan nonfisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang-barang ke tempat di mana mereka dibutuhkan. Sedangkan pada aspek nonfisik dalam arti bahwa para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang dijual. (Firdaus, 2009).

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka

dengan menciptakan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2009). Hal ini dapat dijelaskan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap produk dan jasa. Agar mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan perlu melakukan riset pemasaran agar dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya (Kasmir, 2004).

Menurut American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah proses yang merencanakan dan melaksanakan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran dan sudah ditetapkan baik menurut perorangan maupun organisasi (Anoraga, 2004).

Sedangkan menurut Feddy Rangkuti mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Rangkuti, 2009).

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Pemasaran merupakan faktor penting untuk

mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang dimulai jauh sebelum barang tersebut diproduksi. Keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk, harga, promosi, dan distribusinya namun tetap memperhatikan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Dengan begitu konsumen akan memiliki pandangan yang baik tentang perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar proses pembelian terus terjadi secara berkesinambungan agar usahanya terus berjalan sesuai dengan harapan.

2.3.3 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai bimbingan untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran ini digunakan untuk menjatuhkan lawan dan menghadapi serangan pesaing yang ada dan yang akan masuk (Kasmir, 2013). Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan keinginan perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu (Tjiptono dan Chandra, 2012).

Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari penerapan strategi pemasaran, di mana strategi pemasaran mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Semakin banyak konsumen atau pelanggan yang menerima produk maka jasa yang ditawarkan maka konsumen atau pelanggan juga semakin puas dan ini berarti strategi yang dijalankan berhasil. Namun mampu meraih konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin hanya salah satu ukuran strategi dijalankan

sudah cukup baik akan tetapi masih ada ukuran lainnya agar strategi yang dilakukan menjadi tambah baik dan mencapai target (Kasmir, 2013).

Menurut Kotler (dalam Farida, 2016). Bauran pemasaran merupakan strategi untuk mencapai tujuan organisasi dan pelanggan. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran, yang semula hanya 4 poin, kemudian berkembang menjadi 7 poin penting (Jackson, 2016). Bauran pemasaran tersebut, yaitu:

1) Product (Produk)

Produk yang baik adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen cara menentukan produk tersebut yaitu dengan merencanakan formulasi yang baik sehingga produk yang dihasilkan dapat tepat sasaran dan meningkatkan laba perusahaan. (Saidani, 2019)

2) Price (Harga)

Menurut Philip Kotler, Harga adalah unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, maupun biaya. Harga juga merupakan besaran uang yang harus diberikan oleh pelanggan kepada kita sebagai penjual barang atau jasa, untuk menggunakan barang/ jasa kita.

3) Place (Lokasi)

Menurut Kotler, tempat atau saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Syardiansyah, beberapa pertimbangan dalam menentukan pemilihan lokasi, yaitu: Akses, Visibilitas, dan lalu lintas.

4) Promotion (Promosi)

Promosi yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan bahkan membujuk konsumen untuk mengetahui dan menggunakan suatu produk. Pengembangan dilakukan melalui iklan serta promosi penjualan dan publikasi yang baik dan kuat. (Saidani, 2019)

5) People (Orang/Saluran Distribusi)

Menurut Nirwana (dalam Murtini, 2019)

People (saluran distribusi) adalah lembaga- lembaga distributor atau lembaga- lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

6) Process (Proses)

Mc Carthy (dalam Saidani, 2019) menyatakan bahwa Proses adalah seluruh mekanisme dan prosedur actual untuk memberikan layanan. Proses merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan supaya perusahaan dapat mencapai target pemasaran yang diinginkan.

7) Phisycal Evidence (Bukti Fisik)

Phiscal evidence (bukti fisik) merupakan ciri khas, simbol yang dapat mempengaruhi konsumen untuk mempergunakan produk atau layanan tertentu. (Siripipatthanakul, 2021).

2.4 Pendapatan

Pendapatan adalah hasil dari usaha, yaitu hasil kotor (bruto) dengan produksi yang dinilai dengan uang, kemudian dikurangi dengan biaya produksi

dan pemasaran sehingga diperoleh pendapatan bersih usaha. Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah 7 dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran. Selanjutnya, pendapatan juga dapat di definisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tujangan sosial atau asuransi pengangguran. (Setiana, 2016).

Pendapatan atau keuntungan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya. Untuk menghitung pendapatan usaha diperlukan dua keterangan pokok yaitu keadaan pengeluaran selama usaha dijalankan dalam waktu yang ditetapkan dan keseluruhan penerimaan. Pendapatan merupakan sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan (Humaerah dkk, 2014).

Pendapatan merupakan hasil yang di dapat karena seseorang telah berusaha sebagai ganti atas jerih payah yang telah dikerjakannya. Pendapatan adalah selisih

antara penerimaan dan semua biaya, dengan demikian dalam bentuk formulasi pendapatan adalah sebagai berikut:

$$Y = TR - TC$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Usaha Sirup Pedada (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

Menurut Suratiyah (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya biaya dan pendapatan sangatlah kompleks. Namun demikian, faktor tersebut dapat dibagi ke dalam dua golongan sebagai berikut:

1. Faktor internal dan faktor eksternal
2. Faktor manajemen

Faktor manajemen juga sangat menentukan dimana peternak sebagai manajer harus dapat mengambil keputusan dengan berbagai pertimbangan ekonomis sehingga diperoleh hasil yang memberikan pendapatan yang maksimal. Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang. Produksi dipengaruhi oleh beberapa faktor produksi usaha industri yang dapat menghasilkan produksi dengan baik adalah tanah, modal, tenaga kerja dan manajemen.

2.4.1 Tanah

Tanah sebagai salah satu faktor produksi merupakan pabrik hasil-hasil pertanian yaitu tempat dimana produksi berjalan dan darimana hasil produksi ke luar. Faktor produksi tanah mempunyai kedudukan paling penting. Hal ini terbukti dari besarnya balas jasa yang diterima oleh tanah dibandingkan faktor-faktor

produksi lainnya. Potensi ekonomi lahan pertanian organik dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang berperan dalam perubahan biaya dan pendapatan ekonomi lahan. Setiap lahan memiliki potensi ekonomi bervariasi (kondisi produksi dan pemasaran), karena lahan pertanian memiliki karakteristik berbeda yang disesuaikan dengan kondisi lahan tersebut. Maka faktor-faktornya bervariasi dari satu lahan ke lahan yang lain dan dari satu negara ke negara yang lain. Secara umum, semakin banyak perubahan dan adopsi yang diperlukan dalam lahan pertanian, semakin tinggi pula resiko ekonomi yang ditanggung untuk perubahan-perubahan tersebut. Kemampuan ekonomi suatu lahan dapat diukur dari keuntungan yang didapat oleh petani dalam bentuk pendapatannya. Keuntungan ini bergantung pada kondisi-kondisi produksi dan pemasaran. Keuntungan merupakan selisih antara biaya (costs) dan hasil (returns).

2.4.2 Modal (Sarana Produksi)

Dalam kegiatan proses produksi pertanian organik, maka modal dibedakan menjadi dua macam yaitu modal tetap dan tidak tetap. Perbedaan tersebut disebabkan karena ciri yang dimiliki oleh model tersebut. Faktor produksi seperti tanah, bangunan, dan mesin-mesin sering dimasukkan dalam kategori modal tetap. Dengan demikian modal tetap didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam sekali proses produk tersebut. Peristiwa ini terjadi dalam waktu yang relative pendek dan tidak berlaku untuk jangka panjang (Soekartawi, 2003).

Sebaliknya dengan modal tidak tetap atau modal variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali dalam proses produksi tersebut, misalnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk membeli

benih, pupuk, obat-obatan, atau yang dibayarkan untuk pembayaran tenaga kerja.

Besar kecilnya modal dalam usaha pertanian tergantung dari:

Skala usaha, besar kecilnya skala usaha sangat menentukan besar-kecilnya modal yang dipakai makin besar skala usaha makin besar pula modal yang dipakai.

Macam komoditas, komoditas tertentu dalam proses produksi pertanian juga menentukan besar-kecilnya modal yang dipakai. Tersedianya kredit sangat menentukan keberhasilan suatu agroindustri.

2.4.3 Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja, merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja perlu pula diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada faktor produksi tenaga kerja adalah: 1) Tersedianya tenaga kerja setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya optimal. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan ini memang masih banyak dipengaruhi dan dikaitkan dengan kualitas tenaga kerja, jenis kelamin, musim dan upah tenaga kerja. 2) Kualitas tenaga kerja dalam proses produksi, apakah itu proses produksi barang-barang pertanian atau bukan, selalu diperlukan spesialisasi. Persediaan tenaga kerja spesialisasi ini diperlukan sejumlah tenaga kerja yang mempunyai spesialisasi pekerjaan tertentu, dan ini tersedianya adalah dalam jumlah yang terbatas. 3) Jenis kelamin kualitas tenaga kerja juga dipengaruhi oleh jenis kelamin, apalagi dalam proses produksi pertanian. Tenaga kerja pria mempunyai spesialisasi dalam bidang pekerjaan tertentu seperti

mengolah tanah, dan tenaga kerja wanita mengerjakan tanam. 4) Tenaga kerja musiman pertanian ditentukan oleh musim, maka terjadilah penyediaan tenaga kerja musiman dan pengangguran tenaga kerja musiman.

2.4.4 Manajemen

Manajemen terdiri dari merencanakan, mengorganisasikan dan melaksanakan serta mengevaluasi suatu proses produksi. Karena proses produksi ini melibatkan sejumlah orang (tenaga kerja) dari berbagai tingkatan, maka manajemen berarti pula bagaimana mengelola orang-orang tersebut dalam tingkatan atau dalam tahapan proses produksi (Soekartawi, 2003).

2.4.5 Pendapatan dan Biaya

Pendapatan pada prinsipnya mempunyai sifat menambah atau menaikkan nilai kelayakan pemilik usaha, baik dalam bentuk penerimaan maupun tagihan. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pendapatan adalah semua barang, jasa dan uang yang diperoleh atau diterima oleh seseorang atau masyarakat dalam suatu periode tertentu dan biasanya diukur dalam satu tahun.

Untuk mengatur tingkat pendapatan peternak beberapa konsep dapat digunakan sebagai ukuran pendapatan usahatani antara lain:

a) Pendapatan kotor

Pendapatan kotor yaitu nilai produk total agroindustri dalam jangka waktu tertentu yang meliputi seluruh produk yang dihasilkan baik yang (1) dijual, (2) dikonsumsi rumah tangga petani, (3) digunakan dalam usahatani seperti untuk bibit atau makanan ternak, (4) digunakan untuk pembayaran, dan (5) untuk

disimpan. Untuk menghitung nilai produk tersebut, harus dikalikan dengan harga pasar yang berlaku, yaitu harga jual bersih ditingkat petani.

b) Pendapatan bersih

Sementara pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor agroindustri dengan pengeluaran total usaha. Pendapatan agroindustri dipengaruhi oleh penerimaan usaha dan biaya produksi. Pendapatan agroindustri ditentukan oleh harga jual produk yang diterima ditingkat peternak maupun harga-harga faktor produksi yang dikeluarkan peternak sebagai biaya produksi. Jika harga produk atau harga faktor produksi berubah, maka pendapatan agroindustri juga akan mengalami perubahan.

c) Biaya tetap (Fixed cost)

Biaya tetap adalah seluruh perbelanjaan-perbelanjaan yang besarnya tetap berapapun jumlah output yang dihasilkan. Contoh-contoh bagi fixed cost (biaya tetap) yang dalam kenyataan adalah misalnya: sewa (rent), asuransi (insurance), biaya pemeliharaan (maintenance cost), biaya penyusutan barang-barang modal (depreciation) biaya bagi hasil (profit sharing), gaji (baik gaji karyawan tetap maupun biaya gaji pemimpin, dan sebagainya. Dari semua biaya yang tergolong dalam fixed cost itu bersifat independent (tidak tergantung) terhadap besarnya output yang dihasilkan.

d) Biaya Variabel (Variable Cost/VC)

Variable cost merupakan biaya untuk pengadaan atau pembelian sumber-sumber variabel atau variable resources yang besarnya berubah-ubah sesuai output yang dihasilkan dengan perkataan lain, besarnya biaya variabel itu berbanding lurus (atau berjalan searah) dengan besarnya jumlah output yang

dihasilkan. Contoh-contoh variable cost antara lain: upah, bahan-bahan mentah, bahan bakar, transportasi dan sebagainya.

e) Biaya Total (Total Cost/TC)

Biaya total merupakan penjumlahan dari semua jenis biaya yang ada, yaitu penjumlahan seluruh biaya yang dikeluarkan, baik untuk fixed resources maupun variable resources karena biaya variabel merupakan unsur biaya total, maka biaya total memiliki sifat sebagaimana yang juga dimiliki oleh biaya variabel, yakni bahwa besarnya biaya total itu berubah-ubah relatif perubahan jumlah output yang dihasilkan. Namun, fixed cost yang juga bagian dari biaya total, nilai eksistensinya tetap tidak berubah.

Biaya usaha dibedakan menjadi: Biaya tetap (fixed cost): biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Yang termasuk biaya tetap adalah sewa tanah, pajak, alat pertanian, dan iuran irigasi; Biaya tidak tetap (variable cost): biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh, seperti biaya saprodi (tenaga kerja, pupuk, pestisida, dan bibit).

2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:

Posma Agustinus Rajagukguk, 2019 Analisis Finansial Dan Pemasaran Produk olahan sirup pedada (*Sonneratia caseolaris* L.) Di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial produk olahan sirup Pedada (*Sonneratia caseolaris* L.) dan untuk menganalisis alur dan margin pemasaran dari produk olahan sirup Pedada (*Sonneratia caseolaris* L.) terhadap pendapatan masyarakat

Kecamatan Perbaungan, Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan metode analisis finansial dengan menggunakan analisis biaya dan pendapatan, *Revenue Cost Ratio*, pendekatan *Break Even Point (BEP)* dan *Payback Period* dan analisis pemasaran. Usaha pengolahan buah Pedada menjadi sirup layak untuk dikembangkan karena R/C Ratio lebih dari satu yaitu 5 dengan titik impas volume produksi sebanyak 17 botol dan titik impas harga sebesar Rp. 2.358,00 serta jangka waktu *payback period* adalah setelah 2 kali produksi. Alur pemasaran sirup Pedada dimulai dari pengolah, pengumpul, pengecer, dan sampai kepada konsumen. Margin pemasaran dari Pedada ini adalah sebesar Rp. 3.000,00. Pada penelitian di Kecamatan Perbaungan, Serdang Bedagai disarankan supaya usaha pengolahan sirup Pedada diperhatikan dan didukung, terutama oleh pemerintah, karena dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian lokal.

Giri Sumantri Putra, 2019 Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p (suatu studi pada Cv. Sportwear Di Kota Bandung). Penelitian ini bertujuan pada analisis strategi bauran pemasaran 4P (suatu studi pada CV. Sportwear di Kota Bandung). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa Strategi Bauran Pemasaran pada CV. Sportwear yang meliputi product (produksi), price (harga), place (tempat), promotion (promosi) sudah berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan target penjualan yang tadinya memburuk menjadi membaik dikarenakan strategi bauran pemasaran digunakan sangat tepat dan baik., dipengaruhi oleh produk yang berkualitas, harga yang mampu bersaing dengan produk luar negeri, tempat yang

strategis sehingga baik konsumen maupun bahan baku dapat dengan mudah menjangkaunya, serta kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan melalui offline dan online dengan menjual produk tersebut pada E-commerce. CV. Sportwear sebaiknya lebih mendalami penjualan jasanya untuk seperti pembuatan baju partaian, untuk acara family gathering, pesanan dari perusahaan intitusi maupun instansi dan pesanan eceran.

Lia Ayu Astina, 2020 Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Desa Masbagik Selatan Lombok Timur Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Yang dimana subyek dalam penelitian ini adalah laporan data pemasaran Bale jamur tiram diwilayah masbagik, Lombok Timur, NTB dan petani jamur tiram. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah bentuk deskriptif tabulasi dan statistic sederhana dengan bantuan kalkulator dan computer. Analisis yang dilakukan adalah analisis pendapatan usaha, analisis efesiensi strategi pemasaran, yaitu: Strategi membangun hubungan dengan pengecer sebagai saluran distribusi utama, Strategi penjualan langsung, Strategi Harga. Hasil penelitian ini menunjukkan, berdasarkan analisis pendapatan usaha di peroleh setiap satu masa produksi jamur tiram Hasil penjualan Rata-rata selama 4 bln -Modal awal= hasil penjualan selama 4 bln (Rp.14,400,000 – Rp.4,000,000) = Rp.10,400,000.-, dari data tersebut Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa usaha jamur tiram tersebut menguntungkan karena hasil penjualan lumayan besar dan layak untuk dikembangkan. Lalu berdasarkan analisis strategi pemasaran diperoleh Strategi

penjualan langsung ini adalah fokus strategi pemasaran kedua yang dijalankan oleh Bale Jamur. Pemasaran langsung juga memperbanyak ceruk pemasaran yang dapat memperkenalkan produk-produk jamur tiram yang dihasilkan oleh Bale Jamur kepada konsumen.

Nur Aziza, 2019 Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Agroindustri Dangke Di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pendapatan dan Pemasaran Agroindustri Dangke di Kelurahan Mataran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Pengambilan populasi dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sensus pengambilan populasi menjadi sampel dimana jumlah sampelnya 10 agroindustri rumah tangga, selanjutnya untuk pemasaran secara Purpusive atau segaja yakni terlibat langsung dengan produsen, baik pedagang pengumpul yang berjumlah 3 orang. Analisis data yang digunakan yakni kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh agroindustri dangke sebesar Rp 6.393.850/bulan. Untuk margin pemasaran saluran I nilai margin pemasaran adalah 0, saluran II dimana margin pemasarannya sebesar Rp 5.000/produk, total biaya pemasaran sebesar Rp 2.500/produk, total keuntungan pemasaran sebesar Rp 2.500/produk.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2005) metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Menurut Moloeng (2007:6), menjelaskan penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada konteks khusus yang dialami serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan. Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai, penentuan lokasi ini ditentukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan satu-satunya usaha Home Industry penghasil sirup pedada yang ada di Kota Tanjungbalai. Penelitian ini di laksanakan pada 24 Juni 2022 – 02 Agustus 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016:135). Sedangkan Menurut Husaini Usman (2006: 181) Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kualitatif maupun kuantitatif dari karakteristik tertentu mengenai kelompok objek yang lengkap dan jelas. Dari penjelasan para ahli tersebut penulis menetapkan populasi dari penelitian ini adalah pengusaha sirup pedada yang ada di Tanjungbalai yang jumlahnya 1.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, yaitu pengambilan sampel dengan cara mengambil seluruh jumlah anggota. Menurut Zulkarnain (2018), sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Metode ini sering digunakan untuk ukuran populasi yang kecil atau ingin melakukan generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Sampel jenuh disebut juga dengan istilah lain yaitu sensus.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen pengumpulan data dapat berupa check list, kuesioner, pedoman wawancara, hingga kamera untuk foto atau untuk merekam gambar

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah merupakan jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utama.

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) pengertian Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data yang biasanya melalui wawancara subjek penelitian dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

3.4.2 Data Skunder

Data sekunder adalah jenis data dalam penelitian berdasarkan cara memperolehnya, yang artinya sumber data penelitian yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti secara tidak langsung melainkan dengan pihak lain.

Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh penulis adalah sumber data primer dan sekunder. Dimana sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang dikumpulkan melalui survey langsung ke lokasi penelitian melalui wawancara kepada pengolah sirup berembang. Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber lain yang sudah tersedia sebelum penulis melakukan penelitian, yaitu melalui jurnal yang didapat melalui online.

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini ada dua yaitu analisis pendapatan dan strategi pemasaran menggunakan 7P atau *marketing mix* dapat diukur sebagai berikut:

a. Pendapatan

Menurut Setiana (2016), Pendapatan adalah hasil dari usaha, yaitu hasil kotor (bruto) dengan produksi yang dinilai dengan uang, kemudian dikurangi dengan biaya produksi dan pemasaran sehingga diperoleh pendapatan bersih usaha. Pendapatan merupakan hasil yang di dapat karena seseorang telah berusaha sebagai ganti atas jerih payah yang telah dikerjakannya. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya, dengan demikian dalam bentuk formulasi pendapatan adalah sebagai berikut:

$$Y = TR - TC$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Usaha Sirup Pedada (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

b. 7P atau *Marketing Mix*

Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai bimbingan untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran ini digunakan untuk menjatuhkan lawan dan menghadapi serangan pesaing yang ada dan yang akan masuk (Kasmir, 2013). Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), dan promotion (promosi), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti people (orang), physical evidence (fasilitas fisik), dan process (proses), sehingga dikenal dengan istilah 7P. maka dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa yaitu product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.

3.6 Defenisi Oprasional Variabel

Defenisi dan batasan oprasional variable dimaksudkan untuk menghindari kesalah pahaman istilah-istilah yang digunakan pada penelitian ini.

1. Buah mangrove (pedada) merupakan bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan sirup pedada di Jalan. Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai.
2. Sirup Pedada adalah salah satu olahan dari buah mangrove yang dihasilkan dari proses pengolahan.
3. Produksi adalah proses pengolahan bahan baku buah pedada yang menghasilkan sirup pedada (Botol/Bulan)
4. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh pengusaha sirup pedada dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan produk sirup pedada kepada pelanggan sirup pedada yang ada di Jalan. Bambu Kuning (Rp/Bulan)
5. Strategi Pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh pelaku usaha sirup pedada untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. (Rp/Bulan)
6. Produk adalah hasil olahan dari buah pedada dalam bentuk sirup pedada yang akan dipasarkan (Botol/Bulan)
7. Price adalah suatu nilai tukar yang sudah ditentukan nominalnya untuk mendapatkan sirup pedada berdasarkan proses biaya produksi sirup pedada (Rp/Proses Produksi)
8. Place adalah lokasi yang ditentukan untuk melakukan proses penjualan sirup pedada

9. Promotion adalah upaya untuk menawarkan produk sirup pedada dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli sirup pedada (Rp/Bulan)
10. People adalah pelaku usaha yang mengelolala sirup pedada menjadi sirup pedada
11. *Physical Evidance* adalah keadaan dari lingkungan fisik yang ada di sekitar usaha sirup pedada
12. Proses adalah tahapan-tahapan yang dilalui dalam proses pembuatan buah pedada menjadi sirup pedada



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak Geografis dan Luas Wilayah

Kota Tanjungbalai merupakan salah satu dari 33 (tiga puluh tiga) Kabupaten / Kota di Provinsi Sumatera Utara, yang berada di kawasan pesisir pantai timur Sumatera Utara. Secara astronomis Kota Tanjungbalai terletak pada koordinat 20 58'15" – 30 01'32" LU dan 99o 48'00" – 99o 50'16" BT, merupakan daerah pertemuan 2 (dua) sungai besar yaitu Sungai Silau dan Sungai Asahan yang bermuara ke Selat Malaka. Jaraknya relatif dekat dengan negara Malaysia, Singapura dan Thailand. Wilayah Kota Tanjungbalai dikelilingi oleh Kabupaten Asahan dan merupakan hinterland dengan Kabupaten Labuhan Batu, Simalungun, Karo dan Kabupaten / Kota lain di Provinsi Sumatera Utara serta Provinsi Kepulauan Riau. Kota Tanjungbalai kini memiliki sebutan baru yakni "Mutiara Selat Malaka di Hilir Danau Toba".

Berdasarkan letak geografisnya tersebut Kota Tanjungbalai sangat strategis dan ekonomis. Terlebih lagi didukung oleh tersedianya sarana, prasarana, infrastruktur dan aksesibilitas yang cukup memadai, baik berupa modal transportasi darat, laut, jaringan air bersih, listrik dan telekomunikasi yang dapat menjangkau seluruh wilayah nusantara maupun negara tetangga. c. Luas Wilayah, Batas Administrasi dan Penggunaan Lahan Seperti telah dikemukakan di atas, saat ini Kota Tanjungbalai memiliki luas wilayah $\pm 60,52 \text{ km}^2$ atau $\pm 6.052 \text{ Ha}$. Luas wilayah Kota Tanjungbalai hanya 0,08 % dari luas wilayah Provinsi Sumatera Utara. Letak wilayah Kota Tanjungbalai secara keseluruhan berbatasan dengan Kabupaten Asahan yang rinciannya seperti tertera sebagai berikut:

Utara : berbatasan dengan kecamatan Tanjungbalai Kabupaten Asahan
Selatan :berbatasan dengan Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan
Barat :berbatasan dengan Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan
Timur : berbatasan dengan Kecamatan Sei Kepayang Kabupaten Asahan.

Kelurahan Selat Tanjung Medan terletak pada wilayah Kecamatan Datuk Bandar Timur yang pada awalnya Kecamatan Datuk Bandar merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Tanjungbalai Kabupaten Asahan. Berdasarkan:

Dengan diperluasnya Daerah Wilayah Kotamadya Daerah Tk. II Tanjungbalai tersebut bersamaan pula di bentuk wilayah Kecamatan Datuk Bandar Timur, wilayah Kecamatan Teluk Nibung dan Kecamatan Sei Tualang Raso.

Pembentukan Kecamatan Datuk Bandar pada awalnya terdiri dari 6 Desa yaitu: Desa Pulau Simardan I, Desa Pulau Simardan II, Desa Selat Lancang I, Desa Selat Lancang II, Desa Sijambi I, dan Desa Sijambi I.

Pada Bulan Desember 1993 desa Selat Lancang dipecah lagi menjadi 2 (dua) yaitu Desa Selat Lancang dan Desa Selat Tanjung Medan. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 23 Tahun 2001 seluruh Desa yang ada di Kota Tanjungbalai berubah status menjadi Kelurahan.

Kelurahan Selat Tanjung Medan yang merupakan bagian wilayah dari Kecamatan Datuk Bandar Timur pada awalnya terdiri dari 7 (Tujuh) lingkungan menjadi 8 (Delapan) lingkungan, dimana dengan lahirnya Perda Kota Tanjungbalai Nomor : 3 Tahun 2006 tentang pembentukan Kelurahan Selat Tanjung Medan yang merupakan pemekaran dari Kelurahan Selat Tanjung Medan, maka wilayah Kelurahan Selat Tanjung Medan memiliki 8 (Delapan)

Lingkungan, yaitu: Lingkungan I, Lingkungan II, Lingkungan III, Lingkungan IV, Lingkungan, Lingkungan VI, Lingkungan VII, dan Lingkungan VIII.

Secara Geografis Kelurahan Selat Tanjung Medan terletak pada titik Kordinat Lintang Utara dan Bujur Timur, dengan ketinggian permukaan tanah berkisar 1-3 diatas permukaan laut, dengan titik koordinat 2.95189563N Lintang Selatan dan 99,776049E Bujur Timur dengan suhu udara rata – rata 280C - 330C. Luas wilayah Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur adalah berkisar ± 865 Ha Batas Wilayah Kelurahan Selat Tanjung Medan adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara :berbatasan dengan Kelurahan Pulau Simardan dan Kelurahan Semula Jadi Kec. Datuk Bandar Timur.

Sebelah Selatan : berbatasan dengan Desa Sei.Dua Hulu Kabupaten Asahan.

Sebelah Barat : berbatasan dengan Kelurahan Selat Lancang Kec.Datuk Bandar Timur.

Sebelah Timur : berbatasan dengan Kec. Sei Kepayang Kabupaten Asahan

4.1.2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jumlah penduduk Kelurahan Selat Tanjung Medan, Kecamatan Datuk Bandar Timur, Kota Tanjungbalai menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai

No	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	2.802	51
2	Perempuan	2.718	49
	Total	5.520	100

Sumber: Kantor Kecamatan Datuk Bandar Timur, 2021

Berdasarkan tabel 3 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai dapat dilihat bahwa jumlah penduduk menurut jenis kelamin di kelurahan selat tanjung meda n kecamatan datuk bandar timur kota tanjungbalai adalah 5.520 jiwa dengan pesentase jenis kelamin laki-laki lebih besar dari pada perempuan yaitu laki-laki 51% dan perempuan 49%.

4.1.3 Jumlah Penduduk Menurut Umur

Jumlah penduduk Kelurahan Selat Tanjung Medan, Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai menurut umur dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Umur di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai

No	Golongan Umur (Tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	<1	197	3
2	1-26	2.148	39
3	27-52	2.252	41
4	53-64	665	12
5	>65	258	5
Total		5.520	100

Sumber: Kantor Kecamatan Datuk Bandar Timur, 2021

Berdasarkan tabel 4 Jumlah Penduduk Menurut Umur di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai dapat dilihat bahwa jumlah penduduk menurut umur di kelurahan selat tanjung medan kota tanjungbalai adalah 5.520 jiwa. Persentase terbesar 41% dengan golongan umur 27-52 dan terkecil 3% dengan golongan umur dibawah umur 1 tahun.

Katagori usia produktif adalah 1-52 tahun. Di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai persentase penduduk yang berusia produktif sebesar 80% yang di dominasi oleh penduduk berumur 27-52 tahun.

4.1.4 Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan

Jumlah penduduk Kelurahan Selat Tanjung Medan, Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai menurut pekerjaan dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai

No	Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	148	9
2	Nelayan	463	29
3	Wiraswasta	389	24
4	Petani	114	7
5	Pedagang	131	8
6	Pegawai Swasta	148	9
7	Buruh Harian	218	14
Total		1.611	100

Sumber: Kantor Kecamatan Datuk Bandar Timur, 2021

Berdasarkan tabel 5 Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai dapat dilihat bahwa jumlah penduduk menurut pekerjaan di kelurahan selat tanjung medan kota tanjungbalai adalah 1.611 jiwa. Persentase terbesar yaitu jenis pekerjaan nelayan dengan persentase 29% dan terkecil yaitu jenis pekerjaan petani dengan persentase 7%. Dengan demikian, Kelurahan Selat Tanjung Medan, Kecamatan Datuk Bandar Timur, Kota Tanjungbalai termasuk kelurahan nelayan.

4.2. Gambaran Umum Usaha Sirup Pedada

Buah pedada merupakan buah yang berasal dari tanaman mangrove, yang dimana masyarakat pada umumnya mengenalnya sebagai tanaman mangrove yang hidup di sepanjang aliran sungai, akan tetapi di daerah Tanjungbalai masyarakat mengenalnya sebagai buah berombang yang mana buah ini memiliki rasa yang asam. Buah berombang ini memiliki bentuk buah bulat seperti buah apel, warna kulit buahnya warna hijau daging buahnya berwarna putih, memiliki biji kecil-

kecil, buah berombang ini memiliki mahkota buah dan bawah buahnya berbentuk runcing.



Gambar 2. Buah Pedada

Usaha pembuatan sirup pedada merupakan sebuah usaha yang memproduksi sirup pedada. Pengolahan buah pedada awalnya dikelola pada tahun 2017 oleh Ibu Asroh Tambunan yang mana bermula dari adanya ide yang terpikirkan dikarenakan melihat dari internet dan lingkungan sekitar sehingga adanya niat ingin mencoba membuat olahan baru yang berbahan dasar buah pedada, yang mana buah pedada dapat di olah menjadi sirup yang rasanya asam manis. Alamat usaha produksi sirup pedada ini di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan, Kecamatan Datuk Bandar Timur No. 53 Kota Tanjung Balai. Ibu Asroh Tambunan berusia 53 tahun dengan status menikah memiliki 2 orang anak dengan 1 orang tanggungan. Pendidikan dari Ibu Asroh Tambunan ini yaitu SMP. Awalnya ibu Asroh Tambunan mengolah buah pedada menjadi sirup hanya untuk dikonsumsi dia dan keluarganya, tetapi lama kelamaan beliau ingin mencoba olahan sirup pedada tersebut dijual ke keluarga dan masyarakat sekitar.

Dalam usaha produksi sirup pedada ini ibu Asroh Tambunan dengan menggunakan modal awal pribadi yang bertujuan untuk meningkatkan penghasilan keluarga. Ibu Asroh Tambunan memiliki pekerjaan sampingan sebagai penjahit pakaian dan mengajar mengaji. Dalam usaha produksi sirup pedada ini ibu Asroh Tambunan dibantu oleh 3 orang yang merupakan keluarga dari Ibu Asroh Tambunan.

Menurut Ibu Asroh Tambunan, sirup pedada dipercaya memiliki banyak manfaat kesehatan, antara lain mampu meningkatkan stamina tubuh, merangsang libido dan menambah nafsu makan. Sirup pedada juga memiliki rasa asam, manis dan segar yang banyak disukai pembeli. Selain itu, buah pedada mempunyai aroma yang khas, tidak beracun dan dapat langsung dimakan. Buah pedada sebagai bahan baku dari sirup pedada ini merupakan buah yang hidup disepanjang aliran pinggiran sungai, yang mana tidak semua masyarakat mengetahui bahwa buah pedada ini bisa diolah, banyak masyarakat yang membiarkan buah ini terbuang begitu saja. Salah satu masyarakat yang ada di Tanjungbalai mencoba mengolah buah pedada ini untuk dijadikan bahan sirup, dimana yang dimanfaatkan dari buah pedada ini yaitu dagingnya, yang diolah menjadi sirup dengan berbagai tahapan proses yang dilalui. Untuk memperoleh buah pedada ibu Arsoh Tambunan membelinya dari masyarakat yang bermukim di sekitaran pesisir dengan harga Rp. 10.000/kg nya, dengan kesepakatan buah pedada ini diantar kerumah atau bisa juga di ambil ke lokasi secara langsung.

Produksi dari usaha olahan buah pedada ini sudah berjalan 4 tahun lamanya, usaha ini dirintis pada tahun 2017 sampai dengan saat ini. Untuk harga jual sirup pedada ini Rp. 30.000/botol. Produksi sirup pedada di Jalan. Bambu

Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur pada tahun 2017 menghasilkan produksi sejumlah 240 botol. Sedangkan pada tahun 2020 mengalami peningkatan sejumlah 600 botol. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah produksi yang dipengaruhi oleh permintaan.



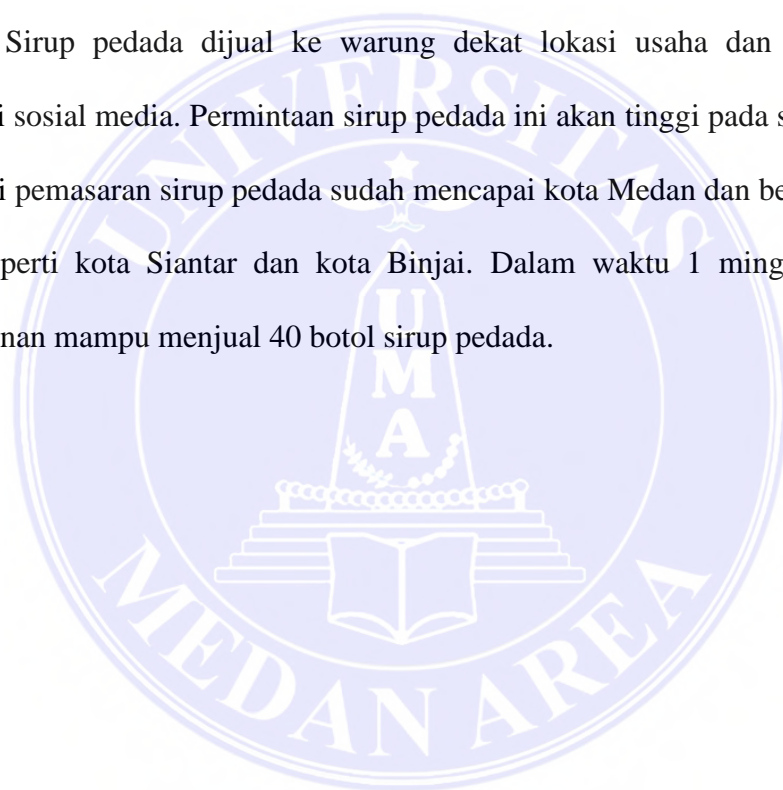
Gambar 3. Sirup Pedada

Sirup merupakan salah satu produk olahan cair yang dikonsumsi sebagian besar orang sebagai minuman pelepas dahaga. Sirup adalah sediaan pekat dalam air dari gula atau pengganti gula dengan atau tanpa bahan tambahan, bahan pewangi, dan zat aktif sebagai obat (Ansel, 2005).

Sirup dapat dibuat dari bahan dasar buah, daun, biji, akar dan bagian lain dari tumbuhan (Margono *et. al.*, 2000). Kemanfaatan sirup dapat dijadikan sebagai minuman pelepas dahaga sekaligus sebagai obat dengan bahan herbal yang dapat mencegah dan mengobati penyakit (Rekomendasi WHO, 2006).

Sirup pedada sama halnya dengan sirup berombang, dimana sirup ini berasal dari buah berombang (pedada) yang buahnya berasal dari tanaman mangrove yang hidup di sepanjang aliran sungai dan pantai.

Sirup pedada dijual ke warung dekat lokasi usaha dan secara online melalui sosial media. Permintaan sirup pedada ini akan tinggi pada saat hari besar. Saat ini pemasaran sirup pedada sudah mencapai kota Medan dan beberapa daerah lain seperti kota Siantar dan kota Binjai. Dalam waktu 1 minggu ibu Asroh Tambunan mampu menjual 40 botol sirup pedada.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha sirup pedada maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pendapatan usaha sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai per bulan adalah sebesar Rp. 2.674.376.
2. Penerapan strategi marketing mix (7P) sirup pedada di Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kota Tanjungbalai ditinjau dari segi produk yaitu produk ini sudah berlogo halal dan memiliki ukuran 550 ml. Dari segi price (harga) sirup pedada sebesar Rp. 30.000. Dari segi tempat pemasaran sirup pedada masih dilakukan dirumah pelaku usaha. Dari segi promotion masih bersifat sederhana, dikarenakan pada kemasan botol hanya tertera nomor handphone saja. Dari segi people usaha sirup pedada memberikan pelatihan kepada tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi. Dari segi *Physical Evidance* (Tampilan fisik), penataan produk di lokasi usaha sirup pedada tersusun rapi dan menarik. Dari segi proses Proses produksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene

6.2. Saran

Adapun saran dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kepada pelaku usaha sirup pedada dapat meningkatkan pemasarannya serta mampu meningkatkan hasil pendapatan dan menambah jumlah produknya.
2. Kepada pelaku usaha sirup pedada agar tetap memproduksi sirup pedada serta menjaga kualitas produk dan menciptakan sebuah produk baru dari buah pedada tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Amirullah, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Andriani, D. 2015. Mutu Sirup Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris*) Selama Penyimpanan Dengan Penambahan Natrium Benzoat. Jurusan Teknologi Pertanian. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Anoraga, Pandji. (2004). *Manajemen Bisnis, Cetakan 3*, Jakarta: PT Rineka Cipt
- Bayu.P. 2010. *Mengenal Hewan dan Flora Asli Indonesia*. Cikal Aksara. Jakarta.
- Boyd, Walker, Larrence. (2000). *Manajemen pemasaran suatu pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid*. Jakarta: Erlangga
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Firdaus, M. 2009. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Indra R, Nofita Y. Wahyu A. 2007. Identifikasi ekosistem mangrove di Surabaya. *Penelitian*. Universitas Airlangga
- Jannah (2017). Jember Fashion Carnival: Kontruksi Identitas dalam Masyarakat Jaringan. *Jurnal Sosiologi Masyarakat*, Vol. 17 (2), Hal. 135-151.
- Kadarsan, Halimah W. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kolter dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9 PT Elex Kompotindo Gramedia. Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. Jilid 1, dialih bahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta. Indeks. Kotler, Philip.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kristanto. 2011. *Ekonomi Makro*. Jakarta. Period.

- Manalu, R, D,E, Salamah E, Retiaty F, Kurniawati N. 2013. Kandungan Zat Gizi Makro dan Vitamin Produk Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris*). Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kotler, Philip. 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Prawitasari S.Y. 2010. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang). Program Sarjana Fakultas Ekonomi UNDIP. Semarang.
- Priyono A, Ilminingtyas D, Mohson, Yuliani LS, dan Hakim TL. 2010. Beragam Produk Olahan Berbahan Dasar Mangrove. Kesemat. Semarang.
- Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2001. Analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setyorini, Retno. 2013 *Manfaat Hasil Brlajar Pengelolaan Usaha Jas Boga Kesiapan Peserta Didik Berwirausaha Warung Makan*. repository.upi.edu. perpustakaan.upi.edu.
- Soekartawi, 2003. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokoh Bahasa Analisis CobbDouglas. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Soekartawi. 2002. Analisis Usaha Tani. Jakarta: UI-Press.
- Suhartini, Jurnal Penelitian Analisa SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. 2012.
- Sukirno, Sadono. 2005. Pengantar Teori Ekonomi Makro. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Suratiyah, K, 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Bogor.
- Suryani, AE., Hambali dan M Rivai. 2004. Membuat Aneka Selai. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Yogyakarta. Husein Umar.
- Waryono, T dan Didit. 2002. Restorasi Ekologi Hutan Mangrove. Seminar Nasional Mangrove, Jakarta: Hotel Borobudur 21 Oktober 2002.
- Yudi Risnandar, 2017 Sistem Rekomendasi Menu Dengan Menggunakan Algoritma Apriori Universitas Pendidikan Indonesia. repository.upi.edu. perpustakaan.upi.edu

Lampiran I

KUISIONER PENELITIAN

**ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN BUAH
PEDADA (*SonneratiaCaseolaris L*) MENJADI SIRUP PEDADA
(Studi kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan
Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)**

No. Kuisisioner

Tanggal Wawancara:

Bapak / ibu / saudara / i yang terhormat, Saya mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, yang saat ini sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (*Sonneratia Caseolaris L*) Menjadi Sirup Pedada (Studi Kasus: Jalan Bambu Kuning Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai)”.

Sehubungan dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai dengan keadaan/perasaan bapak/ibu, angket ini hanya digunakan sebagai instrument (data) dalam penelitian ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas perhatian, kerja sama dan bantuan yang telah bapak/ibu berikan saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian

1. Sebelum menjawab dan mengisi pertanyaan tersebut, saya berharap ketersediaan bapak / ibu untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Lingkari salah satu jawaban yang benar sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya, dan isilah titik-titik apabila jawaban belum tercnun.

I. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Umur :

Status :

Jenis Kelamin

a. Laki-laki

b. Perempuan :

Pendidikan Terakhir :

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. Perguruan Tinggi

Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang

Berapa Pendapatan Bapak/Ibu : /Bulan

II. Instrumen Pertanyaan

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu mendirikan usaha sirup pedada?
2. Apa alasan Bapak/Ibu mendirikan usaha sirup pedada?
 - a. Meningkatkan penghasilan
 - b. Banyak yang mendirikan usaha ini
 - c. Meneruskan usaha keluarga
3. Bagaimana status kepemilikan modal dari usaha yang Bapak/Ibu dirikan?
 - a. Modal sendiri
 - b. Modal keluarga
 - c. Pinjaman
4. Apakah uaha sirup pedada ini memiliki cabang?

Ya, lokasinya di.....

Tidak, kenapa?
5. Apa visi, misi dari usaha sirup pedada?

Visi.....

Misi.....
6. Apakah Bapak/Ibu mempunyai pekerjaan sampingan?
 - a. Ya
Apa?
 - b. Tidak
Kenapa?
7. Berapakah pendapatan yang diperoleh Bapak/Ibu sekali produksi?
8. Apakah pendapatan lebih besar dari biaya produksi?
9. Berapa total pendapatan yang diperoleh bapak/ibu dalam 1 bulan?
10. Berapa jumlah tenaga kerja Bapak/Ibu miliki?

11. Berapa lama jam kerja tenaga kerja Bapak/Ibu miliki?
12. Berapa upah tenaga kerja Bapak/Ibu?
13. Adakah masyarakat sekitar yang bekerja di usaha sirup pedada Bapak/Ibu?
 - a. Ada
Berapa?
 - b. Tidak Ada
Kenapa?
14. Olahan apa saja yang dihasilkan oleh usaha sirup pedada Bapak/ibu?
15. Berapa lama dalam sehari waktu bekerja dalam memproduksi sirup pedada Bapak/Ibu? (Jam)
16. Berapa banyak hasil yang didapatkan dari jenis olahan olahan sirup pedada yang Bapak/Ibu produksi perhari?
17. Bagaimana penetapan harga olahan sirup pedada setiap jenisnya?
18. Kemana saja hasil produksi usaha sirup pedada Bapak/Ibu pasarkan setiap harinya?
19. Apakah ada masalah yang dialami dalam proses pemasaran dan penjualan olahan sirup pedada yang Bapak/Ibu miliki?
 - a. Ya
Apa?
 - b. Tidak
Kenapa?
20. Jika sirup pedada megalami kerusakan selama pengiriman, apakah ditanggung oleh usaha sirup pedada sendi?
 - a. Ya
Alasannya.....
 - b. Tidak
Alasannya.....
21. Menurut Bapak/Ibu apakah harga bahan baku pembuatan sirup pedada murah?
 - a. Ya
Kenapa.....
 - b. Tidak

- Kenapa.....
22. Pada saat kapan permintaan usaha sirup pedada Bapak/Ibu meningkat?
- Hari biasa
Berapa
 - Hari besar
Beapa
23. Pernahkah Bapak/Ibu memikirkan tentang ide-ide produk sirup pedada terbaru yang berbeda dan belum pernah dibuat oleh orang lain?
- Pernah
Bagaiman.....
 - Tidak pernah
Bagaimana.....
24. Apakah pemasaran produk usaha sirup pedada ini sudah sampai keluar Kecamatan Datuk Bandar Timur?
- Sudah
Kemana dan bagaimana.....
 - Belum
Kenapa.....
25. Apakah Bapak/Ibu pernah mempertimbangkan keinginan konsumen untuk memperoleh kualitas produk usaha sirup pedada yang baik?
- Pernah
Seperti apa.....
 - Tidak pernah
Kenapa.....
26. Menurut Bapak/Ibu berapakah modal yang harus dikeluarkan untuk memulai produksi sirup pedada?
- > 500.000
 - > 1.000.000
 - > 2.000.000
27. Menurut Bapak/Ibu adakah pesaing dalam usaha sirup pedada yang Bapak/Ibu miliki?
- Ada

Apa.....

b. Tidak ada

28. Jika ada pesaing apakah Bapak/Ibu merasa takut tersaingi usaha sirup pedada yang Bapak/Ibu miliki?

a. Iya

Alasannya.....

b. Tidak

Alasannya.....

III. 7P (Produk, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Proses)

1. Produsen

Ceklis jawaban, jawaban dapat lebih dari satu. Berilah penilaian sesuai pendapat Bapak/Ibu

- 1. Sangat Setuju (SS) = 5
- 2. Setuju (S) = 4
- 3. Ragu-Ragu (RG) = 3
- 4. Tidak Setuju (TS) = 2
- 5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Produk

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Sirup pedada yang dijual di Jalan Bambu Kuning memiliki cita rasa yang enak					
2.	Sirup pedada di Jalan Bambu Kuning memiliki variasi menu yang beragam					
3.	Sirup pedada yang saudara miliki lebih memiliki kualitas yang baik dibandingkan sirup yang lain					
4.	Rasa dari sirup pedada ini jauh lebih enak dibandingkan dengan sirup lainnya					
5.	Sirup pedada tidak tahan di simpan lama dibandingkan sirup lainnya					

Price

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Harga sirup pedada yang ditawarkan sesuai dengan kualitas sirup yang dijual					
2.	Harga sirup pedada pada sirup pedada relative murah dan terjangkau					
3.	Harga yang ditawarkan sirup pedada lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pada sirupnya					
4.	Harga jual sirup pedada akan mahal jika harga bahan baku meningkat					
5.	Harga sirup pedada tidak konsisten					

Place

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Letak lokasi usaha sirup pedada strategis					
2.	Usaha sirup pedada memiliki tempat yang bersih					
3.	Lokasi usaha sirup pedada dipermukiman ramai penduduk					
4.	Usaha sirup pedada belum memiliki toko					
5.	Lokasi penjualan sirup pedada masih dilakukan di rumah					

Promotion

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Sirup pedada memberikan promo pada hari-hari tertentu (Seperti bulan ramadhan, idul fitri, idul adha dan tahun baru)					
2.	Sirup pedada melakukan promosi melalui media social (Facebook, Instagram dan WhatsApp)					
3.	Penjualan/pemesanan sirup pedada di promosikan dari orang-orang terdekat					
4.	Sirup pedada melakukan promosi melalui media masa					
5.	Promosi sirup pedada menggunakan media elektronik seperti radio atau televisise					

People

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Pemilik usaha melakukan pelatihan pembuatan sirup pedada kepada pekerja					
2.	Pemilik usaha memiliki pekerja dengan motivasi kerja yang tinggi.					
3.	pemilik usaha memberikan bonus kepada karyawan jika penjualan meningkat					
4.	Tenaga kerja memiliki tugas dan tanggung jawab					
5.	Pemilik usaha membantu proses produksi untuk melancarkan kegiatan produksi					

Physical Evidance (Tampilan fisik)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Penataan produk di etalase rapi dengan nama dan harga produk					
2.	Tampilan tempat usaha kami menarik					
3.	Pemilik usaha memiliki lokasi usaha yang bersih.					
4.	Pemilik usaha menyediakan ruangan yang nyaman bagi konsumen selama bertransaksi					
5.	Pemilik usaha menyediakan lahan parkir yang memadai bagi konsumen.					

Proses

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	pemilik usaha memiliki peralatan yang lengkap untuk produksi.					
2.	pemilik usaha menerima dan melayani pemesanan produk melalui telepon.					
3.	Proses produksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene					
4.	Alur produksi sirup pedada teratur sehingga pekerjaan dilakukan dengan lancar.					
5.	pemilik usaha dan tenaga kerja memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi.					

Lampiran II

Hasil Olahan Data

Biaya Variabel per bulan

No	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	Total
1	Buah Pedada	24	Kg	10.000	240000
2	Air	4	galon	5000	20000
3	Gula	40	Kg	12000	480000
4	Karung Goni	4	Pcs	5000	20000
5	Bensin Untuk Transportasi	12	liter	10.000	120000
6	Pewarna Makanan	4	Bks	10.000	40000
7	Listrik	1	Bln	150.000	150000
8	Botol Kemasan	160	Pcs	3000	480000
9	Label	160	Pcs	500	80000
10	Tenaga Kerja	1	Orang	350.000	350.000
Jumlah					1.980.000

Biaya Tetap per bulan Pendapatan per bulan

No	Uraian	Jumlah	Harga	Total	Umur Ekonomis	Biaya Penyusutan/bulan
1	Pisau besar/golok	1	45.000	45.000	2	1875
2	Keranjang	1	50.000	50.000	1	4167
3	Ember Kecil	1	130.000	130.000	2	5416
4	Ember Besar	1	320.000	320.000	1	26667
5	Pisau Kecil	1	45.000	45.000	1	3750
6	Talenan	1	70.000	70.000	1	5833
7	Lesung	1	250.000	250.000	2	10417
8	Penyaring	1	30.000	30.000	1	2500
9	Gayung	1	20.000	20.000	2	833
10	Panci	2	300.000	600.000	2	25000
11	Kompore gas	1	450.000	450.000	3	12500
12	Gas	1	150.000	150.000	4	3125
13	Spatula	1	20.000	20.000	2	833
14	Corong	1	25.000	25.000	2	1042
15	Kulkas	1	2.500.000	2.500.000	5	41667
Total				4.705.000		145624

Penerimaan per bulan

Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	Total
Sirup Padada	160	Botol	30.000	4800000

Pendapatan per bulan

Uraian	Jumlah
Penerimaan	4.800.000
Biaya Tetap	145.624
Biaya Variabel	1.980.000
Pendapatan	2.674.376



Lampiran III

Dokumentasi Penelitian



Penyediaan bahan baku utama buah pedada



Buah pedada



Proses pencucian buah pedada sebelum di kupas kulitnya



Proses pengupasan buah pedada



Proses pengupasan buah pedada



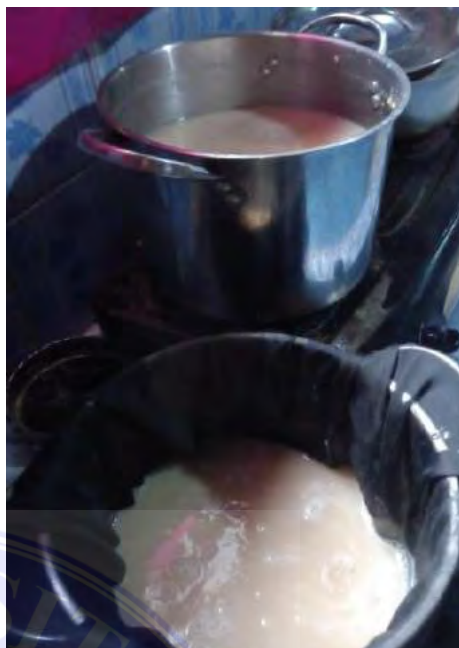
Penghalusan buah pedada



Proses penyaringan pertama setelah buah pedada dihaluskan



Proses pemasakan pertama



Proses penyaringan kedua setelah pemasakan pertama



Proses pemberian gula



Proses pemberian pewarna makanan



Proses pemasakan kedua



Proses pengemasan sirup pedada



Sirup pedada setelah dikemas



Sirup pedada siap untuk di pasarkan



Sirup Pedada siap untuk di minum



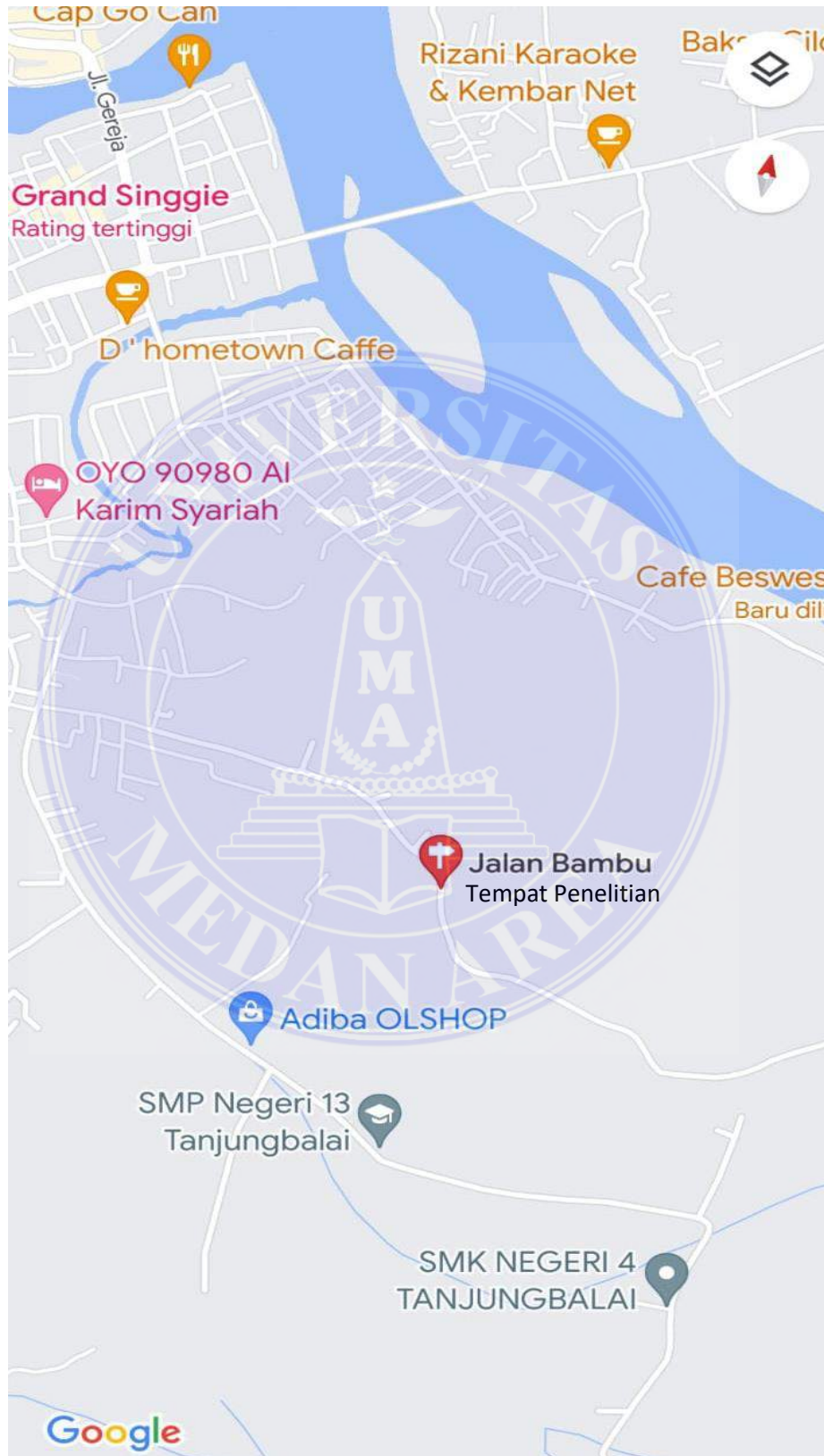
Ke Kantor Kelurahan Selat Tanjung Medan



Ke Kantor Kelurahan Selat Tanjung Medan

Lampiran IV

Lokasi Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Lampiran V

Surat Pengantar Riset

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Pahlawan Nomor 1 Medan Estate III (061) 7360100, 7360078, 7360430 ☎ (061) 7360012 Medan 20131
Kampus II : Jalan Sialangul Nomor 79 Jalan Datu Sireya Nomor 70 A ☎ (061) 8226602 ☎ (061) 8220331 Medan 20132
Website: www.uma.ac.id ✉ Mail: um@umhingga.ac.id

Nomor : 1254/P.1/01.10/VI/2022
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset
22 Juni 2022

Yth. Lurah Kelurahan Selat Tanjung Medan
Kecamatan Datuk Bandar Timur
Kota Tanjungbalai

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Nilma Aprilia
NIM : 178220021
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai untuk kepentingan skripsi berjudul "Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (*Sonneratia caseolaris* L.) Menjadi Sirup Pedada (Studi Kasus : Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjung Balai)"

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.


Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Ditandatangani,
Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:
1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

Lampiran VI

Surat Selesai Riset

**PEMERINTAH KOTA TANJUNGBALAI**
KECAMATAN DATUK BANDAR TIMUR
KELURAHAN SELAT TANJUNGMEDAN
KOTA TANJUNGBALAI
JALAN BAMBU NO. - TELP. -

KodePos: 21364

Tanjungbalai, 02 Agustus 2022

Nomor : 470/543/STM/VIII/2022
Sifat : -
Lampiran : 1 (Satu)
Perihal : **KETERANGAN SELESAI RISET**
(Pengambilan Data / Riset)

Kepada Yth
1. Bapak/Ibu Dekan Fakultas
Pertanian Universitas Medan Area

Di _____
Tempat

Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Nomor: 1254/FP.1/01 10/VI/2022, Tanggal 22 Juni 2022, Perihal Pengambilan Data/ Riset.


Berkenaan dengan hal tersebut diatas, dengan ini Lurah Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai menerangkan bahwa

Nama : NILMA APRILIA
NIM : 178220021
Program Study : AGRIBISNIS

Telah selesai melaksanakan Pengambilan Data / Riset pada Usaha Sirup Pedada (Berombang) yang beralamat di Jl. Bambu Kuning LK. IV Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai.

Judul Penelitian" *Analisis Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Buah Pedada (Sonneratia caseolaris L.) Menjadi Sirup Pedada di Kelurahan Selat Tanjung Medan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai.*

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

**KELURAHAN SELAT TANJUNG MEDAN**
RAHMAT RAMBAT, SE MLAP
NIP. 19810423 200502 1 003