Vol. 5 No.1, Februari 2023
E- ISSN 2963-2110
P- ISSN 2615-0255

ANALISIS DAYA SAING DAN MODEL PEMASARAN SAYUR HIDROPONIK DI KABUPATEN SAMBAS

[1]Dian Sari, [2]Wilis Widi Wilujeng, [3]Uray Dian Novita
[1,2,3] Politeknik Negeri Sambas
[1]diansari17@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to analyze the competitiveness and market size and to formulate a marketing strategy for hydroponic vegetable business in Sambas Regency. Research conducted in Sambas Regency. The data used in this study are primary and secondary data. Data processing and analysis techniques used descriptive qualitative methods, Porter's Diamond Theory and SWOT. The results of the competitiveness analysis using Porter's Diamond Theory, it can be seen that the level of competitiveness of hydroponic vegetables is that they are sufficiently competitive among fellow vegetable business actors. and also resource factors with related and supporting industry components. The results of the SWOT analysis Marketing model development The suitable strategy to be applied is an intensive strategy namely market penetration, market development and product development.

Keywords: *Competitiveness, Hydroponic Vegetables, Marketing Strategy*

Pendahuluan

Sayuran hidroponik merupakan komoditas hortikultura yang mulai banyak diminati dan dikembangkan pada sektor pertanian saat ini. Keistimewaan dari sayuran hidroponik itu sendiri yaitu kualitas yang dihasilkan lebih segar, dan lebih bersih dibandingkan dengan sayuran konvesional, dikarenakan tempat budidayanya tidak bersentuhan dengan tanah yang relatif bersih, media tanamnya steril, serta serangan penyakit dan hamanya relatif kecil. Dari keistimewaan tersebut menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mengubah pola konsumsinya dari sayuran konvesional menjadi sayuran hidroponik.

Di Kabupaten Sambas pertanian dengan sistem hidroponik sudah mulai dikembangkan sejak Tahun 2015. Komoditas sayuran menjadi komoditas yang dipilih untuk dibudidayakan dengan sistem hidroponik. Adapun sayuran yang dibudidayakan adalah sawi, kangkung dan bayam. Meningkatnya pelaku usaha sayuran hidroponik berarti meningkat pula persaingan dalam memenangkan pasar. Dalam perkembangannya sayuran hidroponik di Kabupaten sambas menghadapi persaingan terutama dengan produk sejenis sehingga kendala pasar menjadi masalah umum yang bisa mengancam keberlangsungan metode pertanian hidroponik di Kabupaten Sambas. Oleh sebab itu, permasalahan tersebut harus segera diatasi dengan berbagai kelebihan dan potensi yang ada sehingga dapat berkontribusi signifikan terhadap Pendapatan Petani. Penelitian terhadap analisis daya saing dan rumusan rancangan model pemasaran usaha sayuran hidroponik di Kabupaten Sambas diharapkan dapat membantu permasalahan-permasalahan yang ada. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha maka mengharuskan setiap perusahaan dituntut untuk mengambil suatu kebijakan dan strategi yang tepat agar dapat berkembang. Beberapa rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana daya saing dan strategi pemasaran usaha sayuran hidroponik di Kabupaten Sambas. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing serta merumuskan strategi pemasaran usaha sayuran hidroponik di Kabupaten Sambas. Adapun manfaat penelitian ini adalah Sebagai bahan informasi bagi pihak terkait, yaitu usaha sayur

Vol. 5 No.1, Februari 2023
E- ISSN 2963-2110
P- ISSN 2615-0255

hidroponik dan bahan pertimbangan evaluasi bagi kelangsungan usaha. Bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan rujukan bagi pembaca dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

Metode Penelitian

. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan contoh dilakukan dengan metode tanpa peluang (*non probability),* yaitu pengambilan contoh secara sengaja berdasarkan pertimbangan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman responden ahli dalam bidang yang diteliti. Pada penelitian ini responden berjumlah 15 orang yang berasal dari: Petani hidroponik di Kabupaten Sambas, pengecer dan konsumen

Teknik pengolahan dan analisis data mengunakan metode deskriptif kualitatif, Teori Berlian Porter dan SWOT. Teori Berlian Porter digunakan untuk menganalisis daya saing melalui faktor kunci yang terdiri dari empat komponen utama yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan sayur hidroponik terkait dan pendukung, serta strategi perusahaan, struktur dan persaingan. Untuk faktor yang berkaitan secara tidak langsung dengan keunggulan kompetitif sayur hidroponik yakni pemerintah (*government*) dan peluang (*chance*). Secara bersama-sama faktor ini membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan kompetitif.

Hasil Dan Pembahasan

Model analisis Berlian Porter merupakan salah satu alat analisis untuk menilai daya saing. Model analisis ini membantu dan menganalisis faktor-faktor internal serta eksternal dalam industri. Menurut porter dalam Diah (2014) Teori Berlian (Porter's Diamond Theory) menganalisis daya saing melalui empat faktor yang terdiri dari kondisi faktor, permintaan, industri terkait dan pendukung, serta strategi perusahaan, struktur dan persaingan ditambah dengan dua komponen pendukung yaitu peran pemerintah dan faktor kesempatan. Selanjutnya dalam menyelesaikan rumusan masalah pertama ini setelah di deskriftipkan sesuai dengan pernyataan yang ada dengan skor jawaban, kemudian di interpretasikan. Adapun tingkat daya saing sayur hidroponik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Rata-Rata Dari 6 Indikator Tingkat Daya Saing

NO	ATRIBUT	RATA-RATA	INTERVAL
1	Faktor Kondisi	3,23	Tinggi
2	Kondisi Permintaan	3,36	Tinggi
3	Industri Terkait dan Industri Pendukung	2,36	Sedang
4	Persaingan Industri	2,64	Sedang
5	Peran Pemerintah	1,00	Rendah
6	Peran Kesempatan	3,00	Tinggi
	Rata-rata	2,60	Sedang

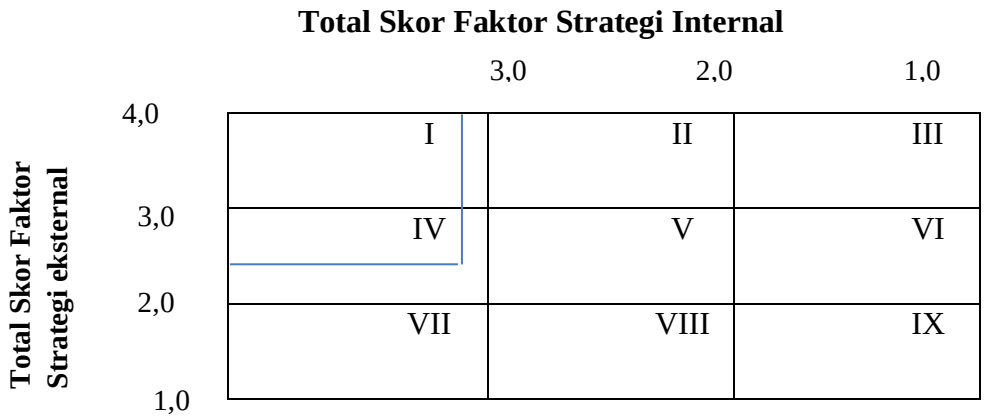
Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa tingkat daya saing sayur hidroponik adalah sedang yang artinya cukup memiliki daya saing antar sesama pelaku usaha sayur, hal ini dikarenakan memang segala faktor dari konsep daya saing diamond porter berdasarkan keadaan dilapangan memang hampir cukup sama dalam fenomena yang ada dilapangan misalnya dari segi harga, pemasaran dan lainnya semua yang dilakukan dalam segala proses kegiatan hampir sama sehingga persaingan yang terjadi secara penentuan skala liket dengan tingkatan sedang tidak semua segala kegiatan usaha memilki cara yang sama, akan tetapi kebanyakan sama dalam melakukan kegiatan usaha. Menurut teori keunggulan kompetitif *diamond porter* apabila suatu daerah mengalami persaingan antar sesama pelaku usaha maka usaha tersebut semakin baik apabila adanya persaingan, oleh karena itu di daerah usaha sayur hidroponik di Kabupaten Sambas memiliki tingkat daya saing sedang berarti sudah semakin baik usaha mereka dijalankan.

Vol. 5 No.1, Februari 2023
E- ISSN 2963-2110
P- ISSN 2615-0255

Lingkungan Internal Eksternal

Keberadaan usaha sayur hidroponik di Kabupaten Sambas dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya baik internal maupun eksternal. Analisis lingkungan internal dan eksternal diharapkan mampu mengantisipasi terjadinya perubahan-perubahan melalui pengambilan keputusan strategi yang lebih tepat. Matriks Hasil analisis pemberian skor yang dilakukan terhadap lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) memiliki nilai rata-rata = 3,09, sedangkan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) memiliki nilai rata-rata = 2,62..IE merupakan matriks yang menggabungkan antara skor terbobot IFE dan EFE sehingga dapat diketahui pada kuadran perusahaan berada dan menjadi dasar dalam penentuan strategi (Prastowo dan Daryanto, 2012).



Gambar 1. Hasil IE Matriks

Usaha sayur hidroponik berada pada kuadran IV (Gambar 1). Oleh karena itu, Usaha sayur hidroponik di Kabupaten Sambas harus menerapkan strategi stabilitas. Dalam artian strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang ditetapkan. Dari hasil sel yang didapat Usaha sayur hidroponik memiliki kondisi internal yang kuat dan kondisi eksternal yang tinggi. Usaha sayur hidroponik dalam kondisi ini dapat menggunakan alternatif strategi yang sesuai dengan keadaan saat ini. Strategi yang cocok untuk diterapkan adalah strategi intensif (*intensive strategies*) yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.Terdapat tiga metode pemasaran untuk memperoleh penetrasi pasar yang lebih besar, yaitu dengan cara Merebut pelanggan dari pesaing, Menjual lebih banyak kepada pelanggan yang sudah ada, Menarik pelanggan baru untuk produk dan layanan yang ada.

Salah satu strategi yang sering digunakan dalam penetrasi pasar yaitu penyesuaian harga dan peningkatan promosi. Penurunan harga produk atau jasa yang dapat meningkatkan penjualan. Namun, harga tidak harus selalu turun. Pada dasarnya, perubahan harga baik penurunan atau peningkatan setelah analisis produk kompetitor merupakan taktik penetrasi pasar yang baik. Yang terpenting, hal ini tidak dilakukan terlalu sering agar tidak membuat bingung para konsumen dan menciptakan kesan yang kurang baik mengenai kualitas barang atau jasa yang ditawarkan. Promosi sayur hidroponik adalah strategi penting untuk penetrasi pasar, dan hasilnya jika dilakukan secara benar bisa signifikan baik.

Kesimpulan

Hasil analisis daya saing menggunakan Porter’s Diamond Theory, dapat diketahui bahwa tingkat daya saing sayur hidroponik adalah sedang yang artinya cukup memiliki daya saing antar sesama pelaku usaha sayur,Komponen utama dalam sistem Berlian Porter yang telah mendukung

Vol. 5 No.1, Februari 2023
E- ISSN 2963-2110
P- ISSN 2615-0255

satu sama lain adalah faktor sumber daya dengan komponen kondisi permintaan dan juga faktor-faktor sumber daya dengan komponen industri terkait dan pendukung. Hasil analisis SWOT pengembangan model pemasaran Strategi yang cocok untuk diterapkan adalah strategi intensif (*intensive strategies)* yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Referensi

Cooke, Goosens SV. 2004. *The structure and competitiveness of south Africa trade*. Strategies Conference Muldersdift: Muldersdift Pr.

Ida Syamsu Rodiah. 2014. Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo. Vol 1 No.2 Tahun 2014

Ishak Bawias, Achmad Zubaydi, Buana Ma'ruf) 2017 Bentuk-Bentuk Implementasi Strategi Integrasi untuk Pengembangan Industri Galangan Kapal di Surabaya dan Sekitarnya Jurnal Wave Volume 11 Nomor 1, Juli 2017: Hal: 39-44

Karsono, S., Sudarmodjo, dan Y. Sutiyoso. 2002. Hidroponik Skala Rumah Tangga. Memanfaatkan Rumah dan Pekarangan. Depok: PT. Agromedia Pustaka.

Morgan, Vollarath. 2002. A theoritical evolution of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. www. Ideas.repec.org

Porter, Michael E. (2008). Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing. (Agus Maulana, trans). Jakarta: Erlangga.

Prastowo A, Daryanto A. 2012. Strategi Peningkatan Daya Saing Rumah Potong PT XYZ. Jurnal Manajemen dan Agribisnis 9(2):68-76

Savitri, Diah Arum, Ujang Sumarwan, dan Bagus Putu Yudhia Kurniawan.2014.Daya saing dan Model Pemasaran Sentra Industri Usaha Kerajinan Sangkar Burung Perkutut. Jurnal Manajemen dan Agribisnis, Vol. 11 No. 1, Maret 2014