

EFEKTIVITAS PENGELOLAAN PEMASARAN OLAHAN

MANDAI DESA RIWA KECAMATAN BATUMANDI

KABUPATEN BALANGAN

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan Kepada Program Studi Administrasi Bisnis Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)



OLEH

RAHMADIANSYAH

NPM : 202163411195

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)

AMUNTAI

2024

EFEKTIVITAS PENGELOLAAN PEMASARAN OLAHAN
MANDAI DESA RIWA KECAMATAN BATUMANDI
KABUPATEN BALANGAN

OLEH

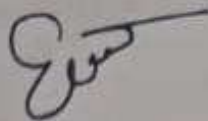
RAHMADIANSYAH

NPM : 202163411195

Telah Diajukan Pada Tanggal

05 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR

NIDN. 1128088801

EFEKTIVITAS PENGELOLAAN PEMASARAN OLAHAN MANDAI DESA RIWA KECAMATAN BATUMANDI KABUPATEN BALANGAN

Rahmadiansyah¹, Eka Santi Agustina²

Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
e-mail: iyyantseeiya@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effectiveness of the marketing management of Mandai products in Riwa Village, Batumandi District, Balangan Regency. The study focuses on the efforts made by business actors and the challenges they face in marketing Mandai products using qualitative descriptive methods, including interviews, documentation, and observation. The findings reveal that business actors employ various promotional strategies, such as advertising, personal selling, publicity, and sales promotion, alongside online marketing. Despite these strategies, the effectiveness of marketing remains suboptimal due to several obstacles. These challenges include the presence of more familiar and varied competing products and insufficient specific promotions for Mandai products in Riwa Village. The research concludes with the importance of enhancing promotional efforts and the need for better support from the government and private sectors to optimize Mandai product marketing.

Keywords: Effectiveness, Marketing Management, Mandai Products, Online Marketing, Promotional Strategies.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pengelolaan pemasaran produk olahan Mandai di Desa Riwa, Kecamatan Batumandi, Kabupaten Balangan. Penelitian ini berfokus pada upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha dan kendala yang mereka hadapi dalam memasarkan produk olahan Mandai dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, termasuk wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha menggunakan berbagai strategi promosi, seperti periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan, serta pemasaran online. Meskipun strategi-strategi ini sudah diterapkan, efektivitas pemasaran masih kurang optimal akibat beberapa kendala. Kendala tersebut meliputi adanya produk pesaing yang lebih dikenal dan variatif serta kurangnya promosi khusus untuk produk olahan Mandai di Desa Riwa. Penelitian ini menyimpulkan pentingnya meningkatkan upaya promosi dan perlunya dukungan yang lebih baik dari pemerintah dan sektor swasta untuk mengoptimalkan pemasaran produk olahan Mandai.

Kata Kunci: Efektivitas, Pengelolaan Pemasaran, Produk Mandai, Pemasaran Online, Strategi Promosi

PENDAHULUAN

Pengelolaan dan pemasaran produk olahan Mandai di Desa Riwa, Kecamatan Batumandi, Kabupaten Balangan merupakan topik yang signifikan mengingat potensi ekonomi dari produk ini. Mandai, produk olahan dari buah cempedak, memiliki peluang pasar yang besar karena keunikannya dan nilai tambah yang dapat diberikan kepada masyarakat setempat. Namun, dalam realitasnya, pelaku usaha menghadapi berbagai kendala yang mempengaruhi efektivitas pemasaran produk ini.

Isu utama yang dihadapi oleh pelaku usaha adalah rendahnya efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Meskipun berbagai strategi promosi seperti periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan telah digunakan, hasilnya masih belum optimal. Faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah adanya produk pesaing yang lebih dikenal dan lebih bervariasi di

pasar, serta kurangnya promosi khusus yang ditujukan untuk produk Mandai.

Penelitian terdahulu yang relevan, seperti yang dilakukan oleh (Sari, no date) tentang efektivitas strategi pemasaran air minum dalam kemasan di KPRI UNM, menunjukkan bahwa strategi yang tepat dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan (Syah, Fasa and Suharto, 2021). Temuan ini memberikan landasan penting bagi penelitian ini, mengindikasikan bahwa pendekatan analitis yang mendalam terhadap strategi pemasaran dapat mengungkap kelemahan dan potensi perbaikan yang diperlukan.

Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa efektivitas pengelolaan pemasaran dapat ditingkatkan melalui berbagai pendekatan yang lebih terfokus dan didukung oleh data empiris yang kuat (Andikaputra *et al.*, 2022). (Susantri, 2018) menyatakan bahwa keberhasilan program, kepuasan terhadap program, dan pencapaian tujuan menyeluruh adalah indikator penting dalam menilai efektivitas. Teori ini digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengukur dan menganalisis efektivitas pemasaran produk olahan Mandai di Desa Riwa.

Dengan menyoroti latar belakang permasalahan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan pemasaran produk olahan Mandai. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan penalaran ilmiah serta memberikan masukan berharga bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam mengoptimalkan potensi ekonomi produk Mandai.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan pemasaran produk olahan Mandai di Desa Riwa, Kecamatan Baturandi, Kabupaten Balangan. Permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya efektivitas strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar dan promosi produk Mandai.

Sasaran penelitian ini adalah pelaku usaha Mandai di Desa Riwa yang jumlahnya sebanyak 94 kepala keluarga. Penelitian ini juga melibatkan perangkat desa dan pihak-pihak terkait lainnya yang memiliki informasi relevan mengenai pemasaran produk olahan Mandai.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung kondisi lapangan dan aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Teknik ini melibatkan pengamatan teliti serta pencatatan sistematis terhadap objek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk menggali informasi mendalam dari pelaku usaha Mandai dan informan lainnya. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan data yang komprehensif mengenai strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, artikel, laporan, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian ini. Data yang dikumpulkan mencakup catatan transaksi, laporan penjualan, dan materi promosi.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan konsep Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan utama:

- a. Reduksi Data

Proses ini melibatkan pemilihan, pemusatan perhatian, dan transformasi data kasar dari lapangan menjadi data yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang tidak relevan akan dihilangkan untuk memudahkan analisis lebih lanjut.

- b. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan

penjabaran deskriptif untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Penyajian data ini bertujuan memberikan gambaran yang jelas mengenai temuan penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan ditarik berdasarkan interpretasi terhadap data yang telah disajikan. Proses ini melibatkan verifikasi terus-menerus untuk memastikan validitas dan kredibilitas temuan penelitian. Triangulasi dilakukan dengan memeriksa konsistensi data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data.

Dengan menggunakan metode penelitian yang komprehensif ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas strategi pemasaran produk olahan Mandai dan menawarkan rekomendasi yang dapat meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran produk tersebut.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa efektivitas pengelolaan pemasaran produk olahan Mandai di Desa Riwa Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan masih belum optimal. Strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha mencakup periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan. Selain itu, pelaku usaha juga menggunakan strategi pemasaran secara online. Namun, tingkat efektivitas strategi pemasaran ini masih kurang, yang disebabkan oleh beberapa kendala.

1. Kendala dalam Pemasaran:

- a. Banyaknya produk pesaing yang lebih familiar dan variatif dibandingkan dengan produk Mandai.
- b. Kurangnya promosi khusus dalam mempromosikan produk olahan Mandai.
- c. Kurangnya bahan baku pada saat tidak musim buah sehingga biaya produksi meningkat.
- d. Kurangnya peralatan yang sesuai standar sehingga produksi masih dilakukan secara manual.

Pelaku usaha melaporkan bahwa omset penjualan mengalami fluktuasi dari tahun 2017 hingga 2024, dengan beberapa periode menunjukkan peningkatan dan lainnya penurunan. Penggunaan media online untuk pemasaran menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan, mengingat hampir setiap rumah tangga memiliki akses ke internet.

1. Analisis Data:

- a. Reduksi Data: Pemilihan data yang relevan dengan fokus penelitian.
- b. Penyajian Data: Menyajikan data dalam bentuk yang lebih teratur dan bermakna.
- c. Penarikan Kesimpulan: Menyimpulkan hasil analisis data yang telah disajikan.

2. Temuan Utama:

- a. Sosialisasi dari pemerintah mengenai program pengelolaan Mandai masih kurang.
- b. Komunikasi pelaku usaha dengan dinas terkait tentang pengurusan perizinan belum optimal.
- c. Tempat penampungan Mandai tidak memadai, menyebabkan penumpukan dan bau tidak sedap.
- d. Kurangnya alat-alat standar seperti mesin pencacah dan pengering, sehingga proses produksi masih manual.
- e. Dukungan dana dari pemerintah untuk pemasaran produk masih kurang.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menjawab beberapa rumusan masalah dan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Meskipun telah menggunakan berbagai strategi pemasaran, efektivitasnya masih kurang optimal. Hal ini terutama disebabkan oleh persaingan yang ketat dan kurangnya promosi khusus.
2. Kendala utama dalam proses produksi adalah kurangnya bahan baku dan alat-alat produksi yang memadai, serta tempat penampungan yang tidak sesuai standar.

3. Dukungan dari pemerintah, baik dalam bentuk sosialisasi maupun dana, sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan dan pemasaran produk Mandai.
4. Penggunaan media online dalam pemasaran produk Mandai menunjukkan potensi besar, mengingat akses internet yang luas di masyarakat. Namun, perlu ada strategi yang lebih terarah untuk memaksimalkan potensi ini.

Temuan ini menunjukkan pentingnya peran strategi pemasaran yang efektif dan dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan daya saing produk olahan Mandai. Pemasaran yang lebih inovatif dan penggunaan teknologi dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala yang ada .

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan pemasaran produk olahan Mandai di Desa Riwa, Kecamatan Batumandi, Kabupaten Balangan masih kurang efektif. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor utama, seperti kurangnya sosialisasi dari pemerintah mengenai program pengelolaan Mandai, serta minimnya komunikasi antara pelaku usaha dan dinas terkait mengenai perizinan dan pengelolaan. Selain itu, fasilitas penumpukan Mandai yang tidak memadai dan peralatan pengolahan yang masih sederhana juga menjadi kendala signifikan. Dukungan dana dari pemerintah juga belum optimal sehingga proses pemasaran belum berjalan maksimal.

Meskipun strategi promosi yang dilakukan, seperti periklanan dan pemasaran online, telah diterapkan, efektivitasnya masih terbatas oleh adanya pesaing produk yang lebih variatif dan kurangnya promosi khusus. Namun, jika dukungan yang memadai dari pemerintah dan pihak swasta ditingkatkan, terutama dalam hal promosi dan penyediaan peralatan yang memadai, potensi produk olahan Mandai untuk berkembang dan meningkatkan perekonomian lokal cukup besar. Penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat dalam mengoptimalkan pengelolaan dan pemasaran produk lokal demi kesejahteraan bersama

DAFTAR PUSTAKA

- Andikaputra, F.A.T. *et al.* (2022) 'Meninjau Efektivitas Sistem Rely-on Dalam Menunjang Pengelolaan Pelanggan Pada PT. Perusahaan Gas Negara (PGN) Area Batam', *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 3(2), pp. 143–162.
- Sari, L. (2020) Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Persentase Marjin Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) '3v' Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) Universitas Negeri Makassar.
- Susantri, A.E. (2018) 'Efektivitas pelaksanaan program pelayanan publik plus di kecamatan kurangi kota padang', *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 2(1), pp. 1–11.
- Syah, R.F., Fasa, M.I. and Suharto, S. (2021) 'Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(3), pp. 396–416.