

STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN BUDIDAYA PERKEBUNAN PISANG (KECAMATAN SERUYAN HILIR)

Eko Saputra
POLITEKNIK SERUYAN
PROGRAM STUDI PENGELOLAAN AGRIBISNIS PERKEBUNAN
E-Mail: eko.saputra310@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis kondisi faktor internal dan eksternal, dan menganalisis prioritas strategi pengembangan dan pemasaran perkebunan buah pisang Kecamatan Seruyan Hilir. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* kepada 5 petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir. Analisis data menggunakan IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Hasil menunjukkan bahwa, kekuatan: tersedianya cukup petani, panen melimpah berkelanjutan, budidaya dilakukan secara turun-temurun, kualitas pisang baik, harga pisang terjangkau. Kelemahan: permodalan terbatas, kualitas SDM kurang, serangan hama dan penyakit, promosi kurang, informasi pasar terbatas. Peluang: pangsa pasar luas, permintaan meningkat, kondisi geografis aman memadai, kondisi jalan antar daerah bagus, perkembangan kemajuan teknologi. Ancaman: adanya pesaing, fluktuasi harga bibit, pupuk, dan harga jual pisang, didominasi pedagang pengepul, cuaca mempengaruhi produksi, kurangnya peran pemerintah. Prioritas strategi meningkatkan peran penyuluh dalam budidaya, pembasmian hama, dan antisipasi perbuahan cuaca.

Kata Kunci: Pemasaran, Perkebunan, Pisang, Strategi Pengembangan

PENDAHULUAN

Sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian dari sektor pertanian, dengan berbagai macam jenis komoditas. Peran sektor pertanian telah terbukti keberhasilannya pada saat krisis ekonomi yang lalu untuk menyediakan kebutuhan pangan dalam jumlah yang memadai, dan tingkat pertumbuhannya yang positif dalam menjaga laju pertumbuhan nasional (Sugiarto, 2005).

Salah satu subsektor pertanian yang menjadi andalan adalah tanaman perkebunan. Dalam aspek ekonomi, perkebunan memegang peranan penting sebagai sumber pendapatan para petani, perdagangan, industri, maupun penyerapan tenaga kerja. Bahkan secara nasional komoditas perkebunan mampu memberikan sumbangan Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan bagi para petani, masyarakat, maupun negara. Pembangunan subsektor tanaman perkebunan bertujuan untuk memperkuat perekonomian petani dan masyarakat agar menjadi lebih baik, serta

lebih sejahtera dalam menghadapi persaingan global yang terus berkembang seiring perkembangan zaman.

Bertempat di Provinsi Kalimantan Tengah produk perkebunan yang meliputi sayur-sayuran dan buah-buahan, memiliki peranan penting untuk meningkatkan mutu gizi dalam makanan sehari-hari yang dibutuhkan oleh setiap individu maupun kelompok masyarakat. Komoditi buah-buahan khususnya buah pisang adalah salah satu produk perkebunan yang turut berperan dan diperlukan dalam pemenuhan gizi tersebut. Menjadi hal yang diperlukan dalam pilihan menu makanan oleh sebagian besar masyarakat, baik dikonsumsi secara langsung maupun diolah sebagai produk olahan selanjutnya. Untuk mengatasi hal tersebut, para petani di berbagai Kabupaten di Provinsi Kalimantan Tengah turut memproduksi produk perkebunan dari jenis buah-buahan khususnya buah pisang. Adapun data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Produksi Buah Pisang Menurut Kabupaten di Kalimantan Tengah

No.	Kabupaten	Produksi (kw)
1.	Kotawaringin Barat	252.005
2.	Kotawaringin Timur	8.904
3.	Kapuas	52.470
4.	Barito Selatan	14.003
5.	Barito Utara	4.964
6.	Sukamara	1.513
7.	Lamandau	44.799
8.	Seruyan	6.313
9.	Katingan	9.503
10.	Pulang Pisau	43.506
11.	Gunung Mas	138
12.	Barito Timur	4.740
13.	Murung Raya	2.000

Sumber: BPS Provinsi Kalimantan Tengah Dalam Angka, 2022

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa Kabupaten Seruyan merupakan salah satu daerah penghasil buah pisang di Provinsi Kalimantan Tengah. Mendominasi dan turut bersaing antar Kabupaten-Kabupaten lainnya dalam memproduksi, guna memenuhi besarnya permintaan pasar dan pemenuhan gizi individu maupun kelompok masyarakat akan buah pisang. Serta meningkatkan sumber penerimaan, dan mensejahterakan para petani.

Seiring waktu para petani perkebunan pisang di Kabupaten Seruyan khususnya Kecamatan Seruyan Hilir, turut menghadapi persaingan dalam hal memproduksi antar Kecamatan-Kecamatan lainnya. Menempati urutan kedua terbesar dalam memproduksi buah pisang setelah Kecamatan Seruyan Hilir Timur. Adapun data persaingan produksi buah pisang tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Produksi Buah Pisang Menurut Kecamatan di Kabupaten Seruyan

No.	Kecamatan	Pisang (Kw)
1.	Seruyan Hilir	3.132
2.	Seruyan Hilir Timur	83.545
3.	Danau Sembuluh	420
4.	Seruyan Raya	837
5.	Hanau	225
6.	Danau Seluluk	1.134
7.	Seruyan Tengah	1.094
8.	Batu Ampar	546
9.	Seruyan Hulu	83
10.	Suling Tambun	59

Sumber: BPS Kabupaten Seruyan Dalam Angka, 2022

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Seruyan Hilir merupakan daerah penghasil buah pisang ke 2 terbesar setelah Kecamatan Seruyan Hilir Timur. Seiring dengan persaingan produksi buah pisang antar Kecamatan tersebut, membuat konsumen mempunyai pilihan yang lebih banyak sebelum menentukan hasil perkebunan buah pisang mana dengan kualitas terbaik yang akan mereka pilih. Sehingga para petani buah pisang di Kecamatan Seruyan Hilir

harus memberikan pelayanan yang lebih baik dari segi jasa maupun hasil produksi. Berdasarkan hal tersebut diperlukan adanya upaya pengembangan dalam budidaya dan pemasaran, sebagai upaya untuk bertahan dalam menghadapi persaingan. Agar kelangsungan usaha para petani perkebunan pisang di Kecamatan Seruyan Hilir dapat terus terjaga, untuk memenuhi besarnya permintaan pasar, dan untuk menghadapi persaingan daerah penghasil buah pisang lainnya.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta kondisi faktor eksternal (peluang dan ancaman) budidaya perkebunan buah pisang

KAJIAN PUSTAKA

Pisang

Pisang (*Musa paradisiaca*) merupakan tanaman yang sudah sangat populer di Indonesia. Namun, budidaya pisang belum dilakukan secara efisien karena belum diusahakan secara perkebunan yang menguntungkan. Kebanyakan pisang ditanam oleh rakyat sebagai bahan selingan atau sebagian saja di lahan-lahan pekarangan (Winarti, 2010). Taksonomi tanaman pisang adalah:

Divisi : *Spermatophyta*
Sub Divisi : *Angiospermae*
Kelas : *Monocotyledonae*
Famili : *Musaceae*
Genus : *Musa*
Spesies : *Musa paradisiaca* L.

Berbagai jenis pisang yang ditanam di Indonesia, antara lain pisang kepok, pisang ambon, pisang tanduk, pisang raja, pisang ijo, pisang putri ayu, pisang kuning, pisang susu, pisang mas, dan lain-lain. sebagai bahan pangan biasanya pisang disajikan dalam bentuk segar sebagai buah-buahan (Winarti, 2010).

Buah pisang termasuk jenis buah klimaterik, yaitu jenis buah yang mengalami kenaikan kecepatan respirasi dengan cepat setelah dipanen atau dipetik dari pohonnya. Kenaikan kecepatan respirasi ditandai dengan berbagai perubahan baik fisik maupun kimia yaitu perubahan warna, tekstur, karbohidrat, gula total dan total asam. Kenaikan laju respirasi pada buah-buahan klimaterik adalah indikasi dimulainya proses pematangan (Winarti, 2010).

Manajemen Strategis

Menurut David (2011), manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan

Kecamatan Seruyan Hilir, dan untuk menganalisis prioritas strategi pengembangan dan pemasaran budidaya perkebunan buah pisang Kecamatan Seruyan Hilir.

manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Menurut Thomas L Wheelen dan J. David Hunger (2008: 3), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan manajerial dan tindakan yang menentukan kinerja jangka panjang dari perusahaan. Mencakup pemindaian lingkungan (baik eksternal dan internal) perumusan strategi (strategi atau perencanaan jangka panjang) pelaksanaan dan evaluasi pengendalian strategi.

Menurut Aime (2010: 9-10), manajemen strategi adalah kesatuan proses manajemen pada suatu organisasi yang berulang-ulang dalam menciptakan nilai serta kemampuan untuk menghantar dan memperluas distribusinya kepada pemangku kepentingan ataupun pihak lain yang berkepentingan. Terdapat 5 tugas dalam manajemen strategi, yaitu:

- Mengembangkan visi dan misi
- Menetapkan tujuan dan sasaran
- Menciptakan suatu strategi mencapai sasaran
- Mengimplementasikan dan melaksanakan strategi
- Mengevaluasi strategi dan pengarahannya

Menurut Afin (2013: 45), manajemen strategis adalah cara menumbuhkan dan mengatur strategi sebuah organisasi atau perusahaan sehingga bisa mencapai tujuannya dengan baik dan tepat sesuai sasaran dan waktu yang telah ditetapkan. Hal itu akan membentuk sebuah strategi yang menentukan arah dan langkah-langkah selanjutnya, yang akan dipakai untuk kemajuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemikiran-pemikiran serius dan mumpuni untuk mengatur strategi.

Strategi Pengembangan

Menurut Brown dan Petrello (1976) pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan

meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Menurut Anoraga (2007: 66) pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Maka dapat disimpulkan pengembangan usaha adalah suatu tanggung jawab dari setiap pengusaha atau lembaga yang menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas untuk membuat usahanya menjadi lebih besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha, membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah ke mana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Strategi pengembangan usaha menurut Hendro (2011), yaitu:

- Kebutuhan modal untuk mengembangkan usaha.
- Analisa resiko kegagalan bisnis.
- Analisa tingkat keuntungan dan waktu pengembalian investasinya serta prediksi arus kasnya saat memutuskan berinvestasi di bisnis.
- Tren pasar dan berapa lama pertumbuhan bisnisnya.
- Faktor-faktor perubahan dan pengubahnya.
- Kebutuhan SDM dan keterampilan.
- Tingkat operasional kesulitan bisnisnya.

Dari pengertian para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu penentuan arah perusahaan yang membutuhkan keputusan serta dorongan dari setiap lini usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen, yang memiliki pandangan ke depan agar perusahaan dapat

berkembang semakin besar baik dari segi produksi, *brand*, konsumen dan pendapatan perusahaan.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2012) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi *customer* dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar dapat sejalan dan terintegrasi dengan sinergis. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari 7 upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif (Kotler and Armstrong, 2012).

Berdasarkan tipe permintaan yang ingin distimulasi, strategi pemasaran diklasifikasikan menjadi strategi permintaan primer dan strategi permintaan selektif. Strategi permintaan primer dirancang untuk menaikkan tingkat permintaan terhadap bentuk produk atau kelas produk. Strategi ini difokuskan pada pengguna baru, misalnya dengan cara meningkatkan kesediaan untuk membeli atau meningkatkan kemampuan untuk membeli, maupun pengguna saat ini, dengan jalan menambah situasi penggunaan, menaikkan tingkat konsumsi produk, dan mendorong penggantian produk. Strategi permintaan selektif berupa 3 alternatif: memperluas pasar yang dilayani, dengan cara memperluas distribusi dan melakukan perluasan lini produk, merebut pelanggan dari pesaing, dan mempertahankan atau meningkatkan permintaan dari basis pelanggan saat ini, mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, menjalin *marketing relationship*, dan

menawarkan produk komplementer dalam *bundling products* maupun *system selling*.

Pemilihan strategi pemasaran merupakan proses yang kompleks, karena strategi pemasaran bisa dipandang dari berbagai sudut, misalnya *puzzle*, *dilemma*, *trade-off*, dan paradoks. Dalam konteks siklus hidup produk, misalnya elemen program pemasaran perlu disesuaikan untuk setiap tahap PLC yang meliputi pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan. Situasi

METODOLOGI

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Seruyan Hilir, Kabupaten Seruyan, Provinsi Kalimantan Tengah, pada bulan Juli 2022. Tempat penelitian dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa tempat tersebut merupakan salah satu penghasil buah pisang di Kabupaten Seruyan.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian eksplanatori, metode yang dipakai adalah metode survei menggunakan kuesioner dan wawancara langsung. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif analitis, yaitu metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan pada masalah-masalah aktual. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder yang bersumber dari subyek, informan, dan arsip atau dokumen.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah para petani pisang di Kecamatan Seuyan Hilir. Sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, jenisnya *purposive sampling* dimana sampel dipilih secara sengaja. Menjadi pertimbangan adalah 5 orang petani pisang di Kecamatan Seuyan Hilir.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan beberapa metode, antara lain: Observasi, dilakukan untuk melihat dan mengamati objek secara langsung terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Observasi dilakukan secara langsung pada lokasi perkebunan pisang di Kecamatan Seruyan Hilir, Kabupaten Seruyan,

serupa berlaku pula dalam konteks posisi kompetitif. Strategi pemasaran kompetitif bisa dirancang berdasarkan posisi kompetitif setiap perusahaan yang dianalisis berdasarkan 4 dimensi utama: *structural position*, *strategic position*, *market position*, dan *resources position*. Konsekuensinya, faktor-faktor seperti tujuan atau sasaran produk, peluang pasar, serta kesuksesan pasar wajib diperhitungkan secara cermat dalam proses pemilihan strategi pemasaran.

Provinsi Kalimantan Tengah. Wawancara, dilakukan untuk memperoleh keterangan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, agar data yang digunakan merupakan kondisi yang sebenarnya. Wawancara dilakukan kepada para petani perkebunan pisang di Kecamatan Seruyan Hilir. Kuesioner, pemberian lembar penilaian berupa kuesioner kepada petani mengenai identifikasi faktor eksternal dan internal, penentuan *rating* faktor eksternal dan internal serta penyusunan strategi terpilih. Studi literatur dan melakukan pencatatan data yang dibutuhkan penelitian.

Metode Analisis Data

Tahap awal analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE). *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan alat analisis strategi yang diterapkan dalam suatu usaha untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam lingkungan penelitian.

Tabel 3. Matriks *Internal Factor Evaluation*

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Rating	Nilai Terbobot
Kekuatan			
1			
2			
3			
...			
Kelemahan			
1			
2			
3			
...			
Total	1,000		

Sumber: David, 2010

Metode *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), merupakan alat analisis strategi yang dapat diterapkan dalam suatu usaha untuk

mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang dan ancaman utama pada lingkungan eksternal. Data eksternal yang dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut dengan persoalan-persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan-persaingan antar industri (David, 2010).

Tabel 4. Matriks *Eksternal Factor Evaluation*

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Rating	Nilai Terbobot
Peluang			
1			
2			
3			
...			
Ancaman			
1			
2			
3			
...			
Total	1,000		

Sumber: David, 2010

Tahap kedua analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode SWOT. Berdasarkan pernyataan David (2010), alat analisis yang digunakan untuk menganalisis lingkungan yang berupa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) disebut analisis SWOT atau matriks SWOT. Di dalam matriks ini, faktor-faktor lingkungan eksternal dan faktor-faktor lingkungan internal digabungkan sehingga akan menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan suatu usaha. Dalam kegiatan pencocokan faktor-faktor internal dan eksternal pada matriks SWOT ini, adalah bagian yang paling sulit dilakukan karena membutuhkan penilaian yang baik dan pencocokan yang tepat.

Tabel 5. Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (<i>Strengths</i> - S)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i> - W)
Peluang (<i>Opportunities</i> - O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O

Ancaman (<i>Threats</i> - T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
----------------------------------	--------------	--------------

Sumber: David, 2010

Beberapa alternatif strategi tersebut, yakni: Strategi S-O, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O, yaitu strategi yang memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal. Strategi S-T, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari ataupun mengurangi ancaman eksternal. Strategi W-T, yaitu strategi defensif yang dilakukan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) / QSPM, merupakan tahapan ketiga dari proses penentuan strategi. Di dalam matriks ini pada hasilnya akan memetakan strategi terbaik yang dianjurkan dilakukan oleh petani, yang nantinya akan menjadi prioritas dijalankan disamping strategi lainnya. QSPM menggunakan input dari analisis tahapan pengumpulan data dan tahapan pencocokan data untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi, dimana pada tahap pengumpulan data sebelumnya menggunakan matriks IFE dan EFE, dan pada tahap pencocokan data menggunakan Matriks SWOT.

Tabel 6. Penentuan Pilihan Strategis dengan Matriks QSPM

Faktor-faktor Strategis	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
...							
Kelemahan							
...							
Peluang							
...							
Ancaman							
...							
JUMLAH TAS							

Sumber: David, 2010

Terdapat beberapa langkah dalam pengembangan QSPM, yakni: Membuat daftar kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal pada kolom kiri dalam matriks QSPM. Beri bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal, dimana bobot identik dengan yang ada pada matriks IFE dan EFE. Evaluasi matriks pada tahap pencocokan, dan identifikasi alternatif strategi yang harus

dipertimbangkan oleh petani untuk diimplementasikan. Catat strategi ini pada baris atas dari matriks QSPM. Kelompokkan strategi ke dalam sel independen jika memungkinkan. Tentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores* – AS), yaitu angka yang mengidentifikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam sel alternatif tertentu. AS harus diberikan untuk masing-masing strategi guna mengidentifikasikan daya tarik relatif dari satu strategi atas strategi yang lainnya, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Jangkauan untuk AS adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik. Hitunglah Total Nilai Daya Tarik (*Total Attractiveness Score* – TAS) yang

didapat dari perkalian bobot dengan Nilai Daya Tarik (AS) dalam masing-masing baris. Total AS mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing alternatif strategi dengan hanya mempertimbangkan pengaruh faktor keberhasilan kunci internal atau eksternal yang terdekat. Semakin tinggi total AS, semakin menarik alternatif strategi tersebut. Hitung Penjumlahan Total Nilai Daya Tarik (STAS). Tambahkan TAS dalam masing-masing kolom dari QSPM. Penjumlahan STAS mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dengan mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal relevan yang dapat mempengaruhi keputusan-keputusan strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi IFE dan EFE

Tabel 7. Identifikasi IFE Perkebunan Pisang di Kecamatan Seruyan Hilir

Kekuatan <i>Strenght</i> (S)	Bobot	Rating	Nilai Terbobot
1. Tersedianya cukup petani	0,09	2,6	0,23
2. Panen melimpah yang berkelanjutan	0,11	2,8	0,31
3. Budidaya sudah dilakukan secara turun-temurun	0,09	2,0	0,18
4. Kualitas pisang yang baik	0,12	2,4	0,29
5. Harga pisang yang terjangkau	0,11	3,2	0,35
Kelemahan <i>Weaknes</i> (W)			
1. Permodalan terbatas	0,09	1,8	0,16
2. Kualitas SDM masih kurang	0,09	1,2	0,11
3. Serangan hama dan penyakit	0,07	1,4	0,10
4. Promosi masih kurang	0,11	2,2	0,24
5. Informasi pasar yang terbatas	0,11	1,8	0,20
Total Bobot	1,00		

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Kekuatan

Tersedianya cukup petani

Mayoritas masyarakat di Kecamatan Seruyan Hilir didominasi oleh masyarakat yang berprofesi sebagai petani, yang salah satunya dari subsektor perkebunan yaitu perkebunan pisang. Hal ini merupakan kekuatan, yang mendukung pemenuhan besarnya permintaan pasar akan buah pisang. Berdasarkan data BPS Kecamatan Seruyan Hilir Dalam Angka tahun 2021 dari ke 10 Desa atau Kelurahan di Kecamatan Seruyan Hilir, 9 Desa sumber penghasilan utama penduduknya dari sektor pertanian. 3 desa yang sumber pendapatan utama penduduknya dari subsektor perkebunan, yaitu Desa Pematang Limau, Desa Jahitan, dan Desa

Baug. 5 Desa yang sumber utama pendapatan penduduknya dari subsektor perikanan, yaitu Desa Sungai Perlu, Desa Kuala Pembuang 1, Desa Tanjung Rangs, Desa Muara Dua, dan Desa Sungai Undang. Hanya Desa Kuala Pembuang 2 yang sumber penghasilan utama penduduknya dari sektor-sektor jasa khususnya jasa pemerintahan.

Panen melimpah yang berkelanjutan

Hasil panen dari sektor pertanian khususnya subsektor perkebunan pisang di Kecamatan Seruyan Hilir dikatakan melimpah dan berkelanjutan. Hal ini didasarkan oleh mayoritas masyarakatnya yang dominan bermata pencaharian atau pendapatan utamanya berprofesi sebagai pekebun pisang. Dari

hasil panen pisang yang melimpah dan berkelanjutan tersebut, masyarakat khususnya petani pisang dapat hidup makmur dan sejahtera.

Budidaya sudah dilakukan secara turun-temurun

Masyarakat di Kecamatan Seruyan Hilir yang berprofesi sebagai petani perkebunan pisang, sudah melakukan budidaya perkebunan pisang secara turun-temurun. Hal ini didasarkan oleh para petani perkebunan pisang yang memiliki kebun sendiri ataupun milik pribadi. Yang dari sebelum terbentuknya Kecamatan Seruyan Hilir hingga menjadi salah satu Kecamatan dari Kabupaten Seruyan, mereka tetap berprofesi sebagai petani pisang secara turun-temurun.

Kualitas pisang yang baik

Hasil panen buah pisang di Kecamatan Seruyan Hilir dapat dikatakan baik, karena hasil panen buah pisang tersebut yang mayoritas besar, manis, dan tahan lama. Berdasarkan kualitas pisang yang baik dan tahan lama tersebut, hasil panen buah pisang dijual hingga ke luar daerah.

Harga pisang yang terjangkau

Penjualan hasil panen buah pisang di Kecamatan Seruyan Hilir dapat dikatakan terjangkau, hal ini didasarkan oleh seluruh kalangan konsumen yang dapat mengkonsumsi buah pisang. Dari konsumen berpendapatan menengah ke bawah, hingga konsumen berpendapatan menengah ke atas.

Kelemahan

Permodalan terbatas

Masyarakat di Kecamatan Seruyan Hilir yang berprofesi sebagai petani pisang, mengalami keterbatasan permodalan. Hal ini dikarenakan masyarakat masih menggunakan modal pribadi yang terbatas dalam mengelola budidaya perkebunan pisang. Terlebih lagi bagi para petani yang baru memulai usahanya, mengalami masalah permodalan dalam memulai usaha perkebunan pisang yang dalam usaha perkebunan pisang tersebut tidak memerlukan modal yang sedikit.

Kualitas SDM masih kurang

Kualitas SDM petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir dinilai masih kurang, hal ini

didasarkan mayoritas petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir yang kurang mengenyamnya dunia pendidikan. Mereka masih membudidayakan perkebunan pisang dengan cara tradisional, minim peralatan, teknologi dan pengetahuan yang mendukung.

Serangan hama dan penyakit

Serangan hama dan penyakit mengganggu budidaya, umumnya para petani masih mengatasi masalah hama dan penyakit tanaman perkebunan pisang dengan cara tradisional. Serangan-serangan tersebut seperti serangan hama nematoda, ulat penggulung daun pisang, hama uret, kumbang penggerek bonggol pisang, hama ulat buah pisang, hama ngengat, dan lalat buah pisang. Penyakit tanaman buah pisang seperti bercak daun, penyakit kerdil pisang, layu fusarium, penyakit pembuluh jawa, penyakit layu bakteri, dan penyakit darah. Hal ini berkaitan dengan kurangnya kualitas SDM para petani.

Promosi masih kurang

Para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir mengalami masalah kurangnya promosi hasil panen, hal ini diindikasikan mayoritas para petani masih menjual hasil perkebunan pisang tersebut di dalam daerah khususnya di Kecamatan Seruyan Hilir. Hal ini berkaitan dengan SDM para petani yang kurang mengetahui teknologi dan informasi pasar, sehingga mayoritas petani menjual hasil panen pisang hanya kepada para pedagang pengepul.

Informasi pasar yang terbatas

Kelemahan ini berkaitan dengan promosi hasil panen yang masih kurang. Hal ini dikarenakan para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir yang masih tradisional. Mereka hanya fokus membudidayakan namun tidak dengan pemasarannya, sehingga mereka kurang tertarik untuk mencari informasi pasar yang luas yang dapat memberikan nilai tambah dalam penjualan hasil panen pisang mereka. Hal ini juga dipengaruhi oleh hadirnya para pedagang pengepul yang memborong ataupun membeli habis hasil panen pisang para petani di Kecamatan Seruyan Hilir.

Tabel 8. Identifikasi EFE Perkebunan Pisang di Kecamatan Seruyan Hilir

Peluang <i>Opportunities (O)</i>	Bobot	Rating	Nilai Terbobot
-------------------------------------	-------	--------	----------------

1. Pangsa pasar yang masih luas	0,09	3,4	0,31
2. Permintaan semakin meningkat	0,11	3,4	0,37
3. Kondisi geografis yang aman dan memadai	0,10	3,0	0,30
4. Kondisi jalan antar daerah bagus	0,12	3,2	0,38
5. Perkembangan kemajuan teknologi	0,08	2,8	0,22
Ancaman Threats (T)			
1. Adanya pesaing dari daerah lain	0,09	1,8	0,16
2. Fluktuasi harga bibit, pupuk, harga jual pisang	0,09	1,2	0,11
3. Didominasi oleh pedagang pengepul	0,10	1,0	0,10
4. Cuaca mempengaruhi produksi	0,10	2,2	0,22
5. Kurangnya peran dari pemerintah	0,09	1,6	0,14
Total Bobot	1,00		

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Peluang

Pangsa pasar yang masih luas

Pangsa pasar yang masih luas merupakan peluang bagi para petani dalam memasarkan hasil panen perkebunan pisang. Melalui perantara ataupun pedagang pengepul hasil panen perkebunan pisang Kecamatan Seruyan Hilir dapat menembus pangsa pasar hingga di luar Kabupaten, bahkan ke luar provinsi. Hal ini dikarenakan besarnya permintaan pasar akan buah pisang dari dalam maupun luar daerah.

Permintaan semakin meningkat

Pemasaran hasil panen perkebunan buah pisang yang dijual di dalam maupun di luar daerah, terus mengalami peningkatan permintaan. Hal ini diindikasikan dengan jumlah masyarakat sebagai konsumen buah pisang yang terus meningkat seiring tahun. Peningkatan jumlah penduduk seiring tahun ini juga meningkatkan besarnya konsumsi akan buah-buahan khususnya buah pisang.

Kondisi geografis yang aman dan memadai

Kondisi geografis Kecamatan Seruyan Hilir yang berada di pesisir pantai mendukung tumbuh kembangnya perkebunan pisang, dengan luas wilayah seluas 4.659 km². Berdasarkan BPS Kecamatan Seruyan Hilir Dalam Angka Tahun 2021, jumlah hari hujan rata-rata perbulan pada tahun 2021 sebesar 6,25 hari dan curah hujan rata-rata perbulan sebesar 119,36 mm.

Kondisi jalan antar daerah bagus

Kondisi jalan di Kecamatan Seruyan Hilir yang menghubungkan jalur transportasi antar Desa, antar Kecamatan, hingga antar Kabupaten menjadi peluang dalam pemasaran hasil panen perkebunan pisang. Hal ini diindikasikan dengan kondisi jalan aspal yang dapat dikatakan sudah baik dan sudah

memadai, dengan minimnya hambatan dalam pemasarannya.

Perkembangan kemajuan teknologi

Perkembangan kemajuan teknologi merupakan peluang bagi para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir. Seperti kemajuan teknologi dalam pembudidayaan, pemberantasan hama dan penyakit, hingga pemasaran hasil panen yang membantu maupun mendukung para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir dalam pembudidayaan maupun pemasarannya.

Ancaman

Adanya pesaing dari daerah lain

Para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir tidaklah sendiri dalam memproduksi dan membudidayakan buah pisang guna memenuhi besarnya permintaan pasar, hal ini diindikasikan dengan munculnya para petani pisang dari daerah-daerah lain yang juga membudidayakan buah pisang. Seperti para petani pisang dari Kecamatan Seruyan Hilir Timur, yang mendominasi dan unggul dalam memproduksi buah pisang dibandingkan produksi buah pisang dari Kecamatan Seruyan Hilir dan dari Kecamatan lainnya di Kabupaten Seruyan.

Fluktuasi harga bibit, pupuk, dan harga jual pisang

Turun naiknya harga bibit dan pupuk yang tidak seimbang mempengaruhi proses budidaya perkebunan pisang, hal ini dikarenakan kondisi jalan antar daerah yang menghubungkan antara petani dan pedagang yang menjual bibit ataupun pupuk sering terganggu hingga membuat keterlambatan. Jalan antar daerah tersebut yang melalui beberapa jembatan guna melewati sungai, tidak jarang jembatan-jembatan tersebut mengalami kerusakan. Hal ini mengganggu proses lalu lintasnya pembelian bibit dan pupuk tersebut.

Dengan hal tersebut pula, membuat turun naiknya harga jual pisang dalam pemasaran dan penjualannya.

Didominasi oleh pedagang pengepul

Para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir masih menjual hasil panen perkebunan pisang mereka kepada para pedagang pengepul. Ini merupakan ancaman, dikarenakan banyak bermunculan para pedagang pengepul dari luar daerah yang memborong habis hasil panen perkebunan pisang tersebut. Para pedagang tersebut saling bersaing antar pedagang pengepul lainnya dalam mengumpulkan hasil panen buah pisang dari para petani guna dijual dan dipasarkan keluar daerah. Ditambah lagi para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir yang mayoritas enggan disibukkan, dengan tidak maunya menjual panen pisang tersebut secara mandiri tanpa melewati pedagang pengepul. Para petani tersebut hanya fokus membudidayakan saja namun tidak dengan penjualan maupun pemasarannya.

Cuaca memengaruhi produksi

Lokasi Kecamatan Seruyan Hilir memiliki 2 musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Terlebih disaat musim pancaroba, saat transisi ataupun pergantian musim yang tidak seimbang mempengaruhi produksi dan juga pembudidayaan perkebunan buah pisang tersebut.

Kurangnya peran dari pemerintah

Peran pemerintah dinilai masih kurang. Tidak sedikit para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir yang memiliki lahan perkebunan, namun kurang memiliki permodalan dan juga pengetahuan akan pembudidayaan yang dinilai masih minim ataupun masih membudidayakan dengan cara tradisional. Hendaknya pemerintah memfasilitasi permodalan kepada para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir yang memerlukan, dan juga pemberian edukasi melalui para penyuluh kepada para petani guna mendukung pembudidayaan perkebunan pisang.

Alternatif Strategi (SWOT)

Tabel 9. Matriks SWOT Perkebunan Pisang di Kecamatan Seruyan Hilir

	Strenght (S) 5 Kekuatan	Weaknes (W) 5 Kelemahan
Opportunities (O) 5 Peluang	Strategi S-O 1. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk pertahankan kualitas panen, pemasaran, dan efisiensi perkebunan (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3, O4, O5)	Strategi W-O 1. Optimalisasi kualitas SDM petani dan permodalan dengan lingkungan yang aman (W1, W2, O1, O2, O3) 2. Memanfaatkan kondisi jalan dan teknologi untuk pengembangan pemasaran (W2, W3, W4, W5, O3, O4, O5)
Threats (T) 5 Ancaman	Strategi S-T 1. Kerja sama antar sesama petani, dan pihak terkait untuk pengelolaan petani dan ketersediaan bahan baku (S1, S2, S3, S4, S5, T1, T2, T3, T4, T5)	Strategi W-T 1. Menjalani kerja sama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan dan pemasaran (W1, W2, W4, W5, T1, T2, T3, T5) 2. Meningkatkan peran penyuluh dalam budidaya, pembasmian hama, dan antisipasi perbuahan cuaca (W3, T2, T4, T5)

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Strategi S-O (*Strenght-Opportunities*)

Strategi S-O yaitu strategi menggunakan kekuatan internal yang dimiliki para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir, guna memanfaatkan peluang eksternal yang ada diluar kendali para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir. Dengan kekuatan tersedianya cukup petani, panen melimpah yang berkelanjutan, budidaya sudah

dilakukan secara turun-temurun, kualitas pisang yang baik, dan harga pisang yang terjangkau, memanfaatkan peluang pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, kondisi geografis yang aman dan memadai, kondisi jalan antar daerah bagus, dan perkembangan kemajuan teknologi maka didapatkanlah satu strategi yaitu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk

mempertahankan kualitas panen, pemasaran, dan efisiensi perkebunan.

Strategi W-O (*Weaknes-Opportunities*)

Strategi W-O yaitu strategi yang memanfaatkan peluang eksternal diluar kendali para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir, guna mengatasi kelemahan internal para petani pisang dalam membudidayakan maupun dalam memasarkannya. Dengan memanfaatkannya peluang pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, kondisi geografis yang aman dan memadai, kondisi jalan antar daerah yang bagus, dan perkembangan kemajuan teknologi, guna mengatasi kelemahan permodalan yang terbatas, kualitas SDM yang masih kurang, serangan hama dan penyakit, promosi masih kurang, dan informasi pasar yang terbatas, maka didapatkan 2 strategi. Yaitu: Optimalisasi kualitas SDM petani dan permodalan dengan lingkungan yang aman, serta memanfaatkan kondisi jalan dan teknologi untuk pengembangan pemasaran.

Strategi S-T (*Strenght-Thereats*)

Strategi S-T yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir, guna mengatasi ataupun menghindari ancaman eksternal diluar kendali para petani. Dengan memanfaatkannya kekuatan tersedianya cukup petani, panen melimpah yang berkelanjutan,

budidaya sudah dilakukan secara turun-temurun, kualitas pisang yang baik, dan harga pisang yang terjangkau, guna mengatasi ancaman adanya pesaing dari daerah lain, fluktuasi harga bibit, pupuk, dan harga jual pisang, didominasi oleh pedagang pengepul, cuaca mempengaruhi produksi, dan kurangnya peran dari pemerintah, maka didapatkan satu strategi yaitu kerja sama antar sesama petani, dan pihak terkait untuk pengelolaan petani dan ketersediaan bahan baku.

Strategi W-T (*Weaknes-Thereats*)

Strategi W-T yaitu strategi yang dilakukan guna meminimalisir atau mengatasi kelemahan internal yang dimiliki para petani pisang Kecamatan Seruyan Hilir, dan menghindari ancaman eksternal diluar kendali para petani. Dengan meminimalisir kelemahan permodalan yang terbatas, kualitas SDM masih kurang, serangan hama dan penyakit, promosi masih kurang, informasi pasar yang terbatas, dan menghindari ancaman adanya pesaing dari daerah lain, fluktuasi harga bibit, pupuk, dan harga jual pisang, didominasi oleh pedagang pengepul, cuaca mempengaruhi produksi, dan kurangnya peran dari pemerintah, maka didapatkan 2 strategi. Yaitu: Menjalin kerja sama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan dan pemasaran, serta meningkatkan peran penyuluh dalam budidaya, pembasmian hama, dan antisipasi perbuahan cuaca.

Prioritas Strategi (QSPM)

Tabel 10. QSPM Perkebunan Pisang di Kecamatan Seruyan Hilir

Faktor Strategis	Alternatif Strategi												
	Bobot	I/SO 1		II/WO 1		III/WO 2		IV/ST 1		V/WT 1		VI/WT 2	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan													
1	0,09	3	0,27	2	0,18	1	0,09	3	0,27	2	0,18	3	0,27
2	0,11	4	0,44	1	0,11	1	0,11	3	0,33	2	0,22	3	0,33
3	0,09	3	0,27	1	0,09	2	0,18	3	0,27	1	0,09	3	0,27
4	0,12	4	0,48	2	0,24	2	0,24	4	0,48	3	0,36	4	0,48
5	0,11	3	0,33	2	0,22	2	0,22	3	0,33	2	0,22	4	0,44
Kelemahan													
1	0,09	3	0,27	2	0,18	2	0,18	4	0,36	3	0,27	1	0,09
2	0,09	4	0,36	3	0,27	4	0,36	4	0,36	3	0,27	3	0,27
3	0,07	4	0,28	3	0,21	4	0,28	3	0,21	4	0,28	4	0,28
4	0,11	3	0,33	4	0,44	3	0,33	3	0,33	4	0,44	3	0,33
5	0,11	3	0,33	4	0,44	4	0,44	4	0,44	3	0,33	4	0,44
Peluang													
1	0,09	3	0,27	2	0,18	3	0,27	2	0,18	3	0,27	3	0,27

2	0,11	3	0,33	2	0,22	3	0,33	1	0,11	2	0,22	4	0,44
3	0,10	2	0,20	1	0,10	4	0,40	1	0,10	3	0,30	3	0,30
4	0,12	2	0,24	1	0,12	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36
5	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24	1	0,08	4	0,32	4	0,32
Ancaman													
1	0,09	3	0,27	4	0,36	3	0,27	3	0,27	4	0,36	3	0,27
2	0,09	4	0,36	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27	4	0,36
3	0,10	3	0,30	3	0,30	2	0,20	4	0,40	4	0,40	4	0,40
4	0,10	2	0,20	2	0,20	4	0,40	4	0,40	2	0,20	4	0,40
5	0,09	4	0,36	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27
Total			6,21		4,64		5,44		5,70		5,63		6,59
Prioritas			2		6		5		3		4		1

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Prioritas strategi yang dipilih untuk diterapkan pada perkebunan pisang di Kecamatan Seruyan Hilir berdasarkan perhitungan pada matriks QSPM adalah pada strategi 6 (WT 2) yaitu meningkatkan peran penyuluh dalam budidaya, pembasmian hama, dan antisipasi perbuahan cuaca dengan Total Nilai Daya Tarik (*Total Attractive Score*) sebesar 6,59).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan matriks IFE dan EFE, diperoleh kekuatan: tersedianya cukup petani, panen melimpah yang berkelanjutan, budidaya sudah dilakukan secara turun-temurun, kualitas pisang yang baik, dan harga pisang yang terjangkau. Kelemahan: permodalan yang terbatas, kualitas SDM masih kurang, serangan hama dan penyakit, promosi masih kurang, informasi pasar yang terbatas. Peluang: pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, kondisi geografis yang aman dan memadai, kondisi jalan antar daerah bagus, dan perkembangan kemajuan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afin. 2013. *Menciptakan SDM Berkualitas*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Aime Heene. 2010. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Anoraga P. 2007. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta.

Ancaman: adanya pesaing dari daerah lain, fluktuasi harga bibit, pupuk, dan harga jual pisang, didominasi oleh pedagang pengepul, cuaca mempengaruhi produksi, dan kurangnya peran dari pemerintah. Berdasarkan Matriks QSPM yang diperoleh dari matriks IFE, EFE, dan SWOT maka diperoleh prioritas strategi meningkatkan peran penyuluh dalam budidaya, pembasmian hama, dan antisipasi perbuahan cuaca.

Saran

Pemerintah hendaknya meningkatkan peran para penyuluh pertanian guna mendukung dan memberi masukan kepada para petani pisang di Kecamatan Seruyan Hilir dalam membudidayakan dan memasarkan hasil panen mereka, dan kepada petani pisang di Kecamatan Seruyan hilir hendaknya pertahankan kualitas hasil panen perkebunan pisang, dan terus memanfaatkan perkembangan teknologi guna menudukung dalam budidaya perkebunan pisang dan juga pemasarannya.

- BPS. 2016. *Kecamatan Seruyan Hilir Dalam Angka*. seruyankab.bps.go.id. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.
- BPS. 2022. *Kabupaten Seruyan Dalam Angka*. seruyankab.bps.go.id. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.
- BPS. 2022. *Provinsi Kalimantan Tengah Dalam Angka*. kalteng.bps.go.id. Diakses Tanggal 5 Juli 2022.
- Brown R. D., G. J. Petrello. 1976. *Introduction to Business, An Integration Approach*. Beverly Hills: Glen Coe Press.

- David, Fred R. 2010. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases (13th Edition)*. Prentice Hall International, London.
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- Sugiarto Agus. 2005. *Korespondensi Bisnis*. Gaya Media: Yogyakarta.
- Thomas L. Wheelen Hunger, J. David Hunger 2008. *Strategic Management and Business Policy*. Prentice Hall International, New Jersey.
- Winarti Sri. 2010. *Makanan Fungsional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.