

**KAJIAN PEMASARAN PRODUK PANGAN OLAHAN LOKAL DALAM MENUNJANG
KETAHANAN PANGAN BERKELANJUTAN DI WILAYAH PERBATASAN**

***STUDY OF MARKETING OF LOCAL PROCESSED FOOD PRODUCTS IN SUPPORTING
SUSTAINABLE FOOD SECURITY IN BORDER AREA***

Rayhana Jafar¹⁾, Desi²⁾

^{1,2)} Fakultas Pertanian, Universitas Borneo Tarakan
Email: ¹ rayhanajafar@gmail.com

ABSTRAK

Produk pangan olahan lokal mempunyai prospek potensial untuk dikembangkan dalam mendukung kemandirian pangan di wilayah perbatasan. Namun upaya pengembangan produk pangan olahan memiliki kendala dalam aspek pemasaran, yaitu nilai margin pemasaran yang relatif masih tergolong besar sehingga tidak didapatkan efisiensi pemasaran yang optimal, kurangnya kegiatan promosi, strategi pengembangan pemasaran, serta distribusi yang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menginventarisasi produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan, dan (2) mengkaji sistem pemasaran produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif melalui pendekatan Struktur Pasar dan Perilaku Pasar. Metode penentuan sampel secara purposive sampling dan snowball sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 15 UMKM yang masih aktif sebagai pelaku usaha dalam pengolahan produk pangan lokal yang berbahan baku utama produk tanaman pangan dan buah-buahan seperti padi, jagung, singkong, sukun, pisang, kedelai, dan jamur tiram. Sistem pemasaran produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan melalui pendekatan Struktur Pasar diperoleh bahwa perhitungan pangsa pasar produk olahan pangan lokal, MS (1) sebesar 18,13 persen MS (2) 14,29 persen, MS(3) sebesar 14,16 persen dan MS(4) sebesar 11,07 persen. Rasio konsentrasi empat UMKM terbesar (CR4) adalah sebesar 57,65 persen sedangkan 11 UMKM menguasai pangsa pasar sebesar 42.35 persen. Rata-rata nilai Hambatan Masuk Industri (MES) adalah sebesar 18,13 persen. Perilaku Pasar ditunjukkan melalui strategi harga, produk dan promosi yang digunakan oleh para pelaku usaha pengolahn produk pangan lokal sehingga diharapkan konsumen loyal dan pada akhirnya dapat memberikan keuntungan.

Kata Kunci: Pemasaran, Produk Pangan Lokal, Struktur dan Perilaku Pasar

ABSTRACT

Local processed food products have potential prospects to be developed in support of food self-sufficiency in border areas. However, efforts to develop processed food products have obstacles in the marketing aspect, namely the relatively large marketing margin value so that optimal marketing efficiency is not obtained, lack of promotional activities, marketing development strategies, and limited distribution. This study aims to (1) make an inventory of local processed food products in Tarakan City, and (2) to study the marketing system of local processed food products in Tarakan City. The research method used is descriptive qualitative and quantitative through the Structure and market Conduct approach. The sampling method was purposive sampling and snowball sampling. The results of this study indicate that there are 15 MSMEs that are still active as business actors in the processing of local food products made from the main raw material of food plant products and fruits such as rice, corn, cassava, breadfruit, banana, soybean, and oyster mushroom. The marketing system for local processed food products in Tarakan City through the Market Structure approach shows that the calculation of the market share of local processed food products, MS (1) is 18.13 percent MS (2) 14.29 percent, MS (3) is 14.16 percent and MS (4) 11.07 percent. The concentration ratio of the four largest MSMEs (CR4) was 57.65 percent, while 11 MSMEs controlled a market share of 42.35 percent. The average value of Barriers to Entry to Industry (MES) was 18.13 percent. Market behavior is shown through the price, product and promotion strategies used by local food product processing businesses so that consumers are expected to be loyal and ultimately be able to provide benefits.

Keywords: Marketing, Local Food Products, Structure and Market Conduct

PENDAHULUAN

Pangan olahan lokal merupakan salahsatu bentuk diversifikasi produk pangan yang mempunyai prospek potensial untuk dikembangkan oleh masyarakat dan dipandang strategis dalam menunjang ketahanan pangan yang berkelanjutan yang bertumpu pada sumberdaya kelembagaan dan budaya lokal (Hanafie dan Hapsari, 2013). Hal tersebut berkaitan dengan aspek promosi ketersediaan pangan beragam, penanggulangan masalah gizi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penciptaan dan pengembangan usaha ekonomi produktif. Sedangkan disisi pengolahan dan pemasaran produktif, akan mendorong produktivitas di sektor hulu, sehingga dapat terwujud ketahanan pangan yang tercermin dari terpenuhinya pangan bagi rumah tangga dengan

ketersediaan pangan yang cukup, baik dalam jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau (Marsigit, 2010).

Sejalan dengan adanya pola konsumsi pangan yang diarahkan pada diversifikasi pangan sebagai upaya peningkatan ketahanan pangan yang berkelanjutan maka pengembangan produk pangan olahan lokal memiliki peluang besar. Kondisi ini terlihat pada beberapa usaha atau industri kecil dan menengah yang berada di Kota Tarakan menghasilkan pangan olahan seperti keripik singkong, keripik pisang, emping jagung, amplang, kerupuk rumput laut. Produk pangan olahan ini ternyata digemari oleh masyarakat baik lokal maupun domestik yang menjadikannya sebagai oleh-oleh khas daerah ataupun makanan selingan dan snack (Dinas

Perindustrian dan Perdagangan dan UMKM, 2014).

Produk pangan olahan yang ada di kota Tarakan memiliki potensi dan peluang pasar yang besar untuk dikembangkan. Akan tetapi, dalam pengembangannya menghadapi beberapa kendala seperti aspek produksi berupa teknologi, kontinuitas produksi, keseragaman kualitas, packing, labelling serta aspek pemasaran yaitu kurangnya kegiatan promosi, strategi pengembangan pemasaran, serta distribusi yang masih terbatas. Selain itu, lemahnya target pasar serta persepsi konsumen terhadap konsumsi produk pangan olahan lokal menjadi kendala dalam aspek pemasaran. Masalah pemasaran terutama dari aspek efisiensi, strategi pemasaran melalui marketing mix serta fungsi-fungsi pemasaran berupa fungsi penyimpanan, transportasi dan informasi pasar merupakan tantangan besar yang dihadapi oleh produsen pangan. Sehingga penanganan terhadap permasalahan tersebut pada akhirnya akan menciptakan peningkatan ketersediaan dan penganekaragaman pangan yang mengarah pada kesejahteraan para pelaku ekonomi yang terlibat dalam pengolahan pangan lokal.

Adanya potensi pengembangan pangan olahan lokal yang cukup besar dalam memenuhi kebutuhan dan diversifikasi pangan masyarakat yang ada di Kota Tarakan maka sangat penting untuk dilakukan kajian terhadap pangan olahan lokal khususnya pada aspek pemasarannya. Hal ini disebabkan karena dari aspek produksi saja tidak menjamin keberhasilan usaha apabila aspek pemasaran banyak mengalami permasalahan ataupun kendala. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : Untuk menginventarisasi jenis-jenis produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan dan untuk mengkaji sistem pemasaran produk pangan olahan lokal

melalui pendekatan Struktur dan Perilaku Pasar di Kota Tarakan.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Kota Tarakan, Provinsi Kalimantan Utara dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut memiliki industri rumah tangga membuat produk olahan pangan lokal. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* (secara sengaja) dan *snowball sampling*. Responden yang akan dijadikan sumber data dan informasi meliputi Badan Pusat Statistik, Dinas Pangan, Pertanian dan Perikanan, Dinas Ketenagakerjaan dan Perindustrian, Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah, Produsen produk pangan olahan, serta konsumen.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjawab tujuan tentang identifikasi/ inventarisasi produk pangan olahan lokal dilakukan dengan pendekatan secara kualitatif berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi.
- b. Untuk menjawab tujuan tentang kajian sistem pemasaran produk pangan olahan lokal adalah metode deskriptif kuantitatif melalui pendekatan struktur dan perilaku pasar. Adapun analisis Pendekatan Struktur Pasar dan Perilaku Pasar adalah sebagai berikut :
 1. Analisis Pendekatan Struktur Pasar
 - a. Pangsa Pasar (*Market Share*)
Pangsa pasar adalah persentase dari total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu produsen (potensi pasar dibagi jumlah penjualan).

$$Kri = \frac{ni}{N} \times 100$$

b. Konsentrasi Pasar (CR4)

CR4 adalah alat analisis untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar dari suatu wilayah pasar, sehingga bisa diketahui secara umum gambaran imbalan kekuatan posisi tawar-menawar produsen (penjual) terhadap pedagang (pembeli), dengan rumus:

$$CR4 = Kr1 + Kr2 + Kr3 + Kr4$$

c. Analisis Hambatan Masuk Industri (MES).

Hambatan masuk pasar dapat dilihat dari mudah atau tidaknya pesaing-pesaing potensial untuk masuk ke pasar. Semakin tinggi barrier to entry maka akan semakin lemah ancaman dari pendatang baru yang hendak masuk ke dalam suatu industri. *Minimum Efficiency Scale* (MES) adalah persentase output perusahaan terbesar terhadap total output industri. Tingginya MES dapat menjadi penghalang bagi pesaing baru untuk memasuki pasar suatu industri. Menurut Comanor dan Wilson (1967), MES yang lebih besar dari 10 persen menggambarkan hambatan masuk yang tinggi pada suatu industri. Nilai MES yang tinggi tersebut dapat menjadi penghalang bagi masuknya perusahaan baru kedalam pasar industri

2. Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar pada produk pangan olahan lokal dianalisis dengan melihat

strategi harga, strategi produk dan promosi yang dilakukan.

- a. Strategi Harga
- b. Strategi Produk dan Promosi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Inventarisasi Jenis-jenis Produk Pangan Olahan Lokal Kota Tarakan

Berdasarkan hasil identifikasi produk pangan olahan lokal yang ada di Kota Tarakan terdapat 15 UMKM yang masih aktif dan terdata pada dinas terkait sebagai pelaku usaha dalam pengolahan produk pangan lokal yang berbahan baku utama produk tanaman pangan dan buah-buahan seperti padi, jagung, singkong, sukun, pisang, kedelai, dan jamur tiram. Hasil inventarisasi penyebaran UMKM yang mengolah produk pangan olahan lokal yang ada di Kota Tarakan berdasarkan ketersediaan bahan baku dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Inventarisasi Penyebaran Usaha Mikro Kecil Menengah Produk Pangan Olahan di Kota Tarakan Tahun 2020.

Nama UMKM	Jenis Usaha
Indri	Keripik Singkong
Yudha	Keripik Singkong, Sukun
Aqsa Mawardah	Jamur Tiram
Agung Jaya	Tempe dan Tahu
Dipidi	Keripik Singkong
Lily	Amplang
Doni	Keripik Pisang, Singkong
Puspita	Amplang
Ochi Zah	Keripik Singkong
Ar-Raihan	Pilus Rumput Laut, Dodol Rumput Laut
Putri	Keripik Singkong
Nur	Keripik Singkong
Tiga Dara	Amplang
Neza	Keripik Singkong

Anna Stick Ubi Ungu, Keripik Pisang

Sumber : Data Olahan, 2020

2. Sistem Pemasaran Produk Pangan Olahan Lokal di Kota Tarakan Melalui Pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*)

a. Pangsa Pasar (Market Share)

Berdasarkan perhitungan pangsa pasar produk olahan pangan lokal, diketahui bahwa UMKM terbesar yang memiliki market share (MS1) memiliki 18,13 persen. Terbesar ke dua yang memiliki (MS2) dengan nilai 14,29 persen sedangkan terbesar ke tiga memiliki (MS3) dengan nilai pangsa pasarnya 14,16 persen dan terbesar ke empat memiliki (MS4) atau nilai pangsa pasarnya sebesar 11,07 persen. Pangsa pasar dalam usaha produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan disajikan pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Perhitungan Pangsa Pasar Usaha Produk Pangan Olahan Lokal Di Kota Tarakan

Nama UMKM	Output (Rp)	Market Share (MS) (%)
Indri	1.536.800	11.07
Yudha	1.964.800	14.16
Aqsa	1.036.800	
Mawardah		7.47
Agung Jaya	2.516.000	18.13
Dipidi	486.000	3.50
Lily	518.400	3.74
Doni	410.000	2.95
Puspita	456.000	3.29
Ochi Zah	513.600	3.70
Ar-Raihan	1.984.000	14.29
Putri	418.400	3.01
Nur	510.000	3.67
Tiga Dara	513.600	3.70
Neza	508.800	3.67
Anna	506.000	3.65
Total	13.879.200	

Sumber : Data Olahan, 2020

b. Konsentrasi Pasar

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5.3 rata-rata rasio konsentrasi empat UMKM terbesar (CR4) adalah sebesar 57,65 persen sedangkan 11 UMKM menguasai pangsa pasar sebesar 42.35 persen. Hal ini menunjukkan bahwa empat perusahaan terbesar memiliki persaingan dalam pasar oligopoli. Struktur industri pengolahan produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan adalah oligopoli sedang, karena pangsa pasar empat perusahaan berkisar antara 40 persen hingga 60 persen. Perhitungan Rasio Konsentrasi (CR4) dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Rasio Konsentrasi (CR4) UMKM produk olahan pangan lokal di Kota Tarakan

Nama UMKM	CR4 (%)
Indri	11.07
Yudha	14.16
Agung Jaya	18.13
Ar-Raihan	14.29
Total	57.65

Sumber : Data Olahan, 2020

c. Analisis Hambatan Masuk Industri (MES)

Berdasarkan keseluruhan rata-rata nilai MES usaha produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan adalah sebesar 18,13 persen. Apabila nilai MES lebih dari 10 persen maka dikategorikan hambatan masuk pasar pada usaha ini tergolong tinggi. Tingginya nilai tersebut dapat menjadi penghalang masuknya perusahaan baru ke dalam usaha produk pangan olahan lokal

d. Analisis Perilaku Pasar

Analisis Perilaku yang dilakukan tersebut antara lain strategi harga, produk dan promosi.

1. Strategi Harga

Pada usaha produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan termasuk pasar oligopoli dimana perilaku setiap perusahaan sulit diperkirakan. Penentuan harga ditetapkan oleh masing-masing produsen produk pangan olahan dengan mempertimbangkan harga pesaingnya. Para pelaku usaha cenderung menetapkan harga setara atau sama dengan usaha pangan olahan lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natalia et.al (2011), bahwa penentuan harga merupakan perilaku pasar yang dapat dilakukan sendiri oleh masing-masing para pelaku usaha dimana harga dapat berubah sewaktu-waktu tergantung dari kondisi ekonomi dan biaya yang harus dikeluarkan oleh para produsen.

2. Strategi Produk dan Promosi

Berdasarkan hasil telaah peneliti, sebagian besar produsen masih menggunakan strategi produk standar, yakni menciptakan produk keripik seperti yang banyak dipasarkan.

Strategi promosi dilakukan oleh produsen dengan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen, seperti : penggunaan merek/ logo dalam kemasan produk, pemberian potongan harga dan pemberian gratis dengan syarat melakukan pembelian minimum produk sehingga konsumen cenderung loyal dan memperoleh kepuasan. Selain itu melakukan promosi melalui media sosial seperti facebook. Hal ini didukung oleh penelitian Nurhasanah (2019), bahwa strategi promosi yang dilakukan perusahaan atau industri dalam menawarkan produk perlu memperhatikan nilai, biaya dan kepuasan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi ke konsumen

yaitu dengan membuat iklan semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen melalui website atau media sosial seperti facebook.

KESIMPULAN

1. Penyebaran Usaha Mikro Kecil Menengah Produk Pangan Olahan di Kota Tarakan terdapat 15 UMKM yang masih aktif sebagai pelaku usaha dalam pengolahan produk pangan lokal yang berbahan baku utama produk tanaman pangan dan buah-buahan seperti padi, jagung, singkong, sukun, pisang, kedelai, dan jamur tiram.
2. Sistem pemasaran produk pangan olahan lokal di Kota Tarakan melalui pendekatan Struktur Pasar diperoleh bahwa perhitungan pangsa pasar produk olahan pangan lokal, MS (1) sebesar 18,13 persen MS (2) 14,29 persen, MS(3) sebesar 14,16 persen dan MS(4) sebesar 11,07 persen. Rasio konsentrasi empat UMKM terbesar (CR4) adalah sebesar 57,65 persen sedangkan 11 UMKM menguasai pangsa pasar sebesar 42.35 persen. Rata-rata nilai Hambatan Masuk Industri (MES) adalah sebesar 18,13 persen.
3. Perilaku Pasar ditunjukkan melalui strategi harga, produk dan promosi yang digunakan oleh para pelaku usaha pengolahan produk pangan lokal sehingga diharapkan konsumen loyal dan pada akhirnya dapat memberikan keuntungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan sehingga laporan penelitian dosen pemula dapat terselesaikan :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNYA

2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Borneo Tarakan
3. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Borneo Tarakan
4. Badan Pusat Statistik, Dinas Pangan, Pertanian dan Perikanan, Dinas Ketenagakerjaan dan Perindustrian, Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Tarakan
5. Semua pihak yang telah membantu sehingga terselesaikannya laporan akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. Francis, T. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Anindita, R. Baladina, N. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Yogyakarta: ANDI
- Aswariny, E. Meutia. Aliudin. 2020. Pemetaan Pemasaran Produk Olahan Pangan Lokal di Kabupaten Serang. LEUIT Journal of Local Food Security 1 (1): 19-24
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan UMKM. 2014. Laporan Akhir Evaluasi Permasalahan dan Perumusan Kebijakan Perdagangan Lintas Batas Kota Tarakan
- Hanafie, R dan Hapsari, T.D. 2013. Kajian Nilai Tambah Produk Pangan Olahan Ubikayu di Kabupaten Tulungagung. Prosiding Seminar Hasil Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi. Jember 2013. 567-573.
- Kusumastuti, S.Y. Dasril, A.S.N. 2015. Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Pengolahan Makanan di Indonesia. Jurnal MIX 5(1): 17-33
- Marsigit, W. 2010. Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan. Agritech 30 (4): 256-264
- Natalia TC, Deoranto P, Effendi M, 2011 : Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Pada Sentra Industri Bakpia Yogyakarta, Jurnal Industria. 1(1): 50-56
- Nurhasanah DT. 2019. Analisis Structure Conduct dan Performance Pada Industri Tape di Kabupaten Bondowoso. Prosiding The 5th Seminar Nasional dan Call for Paper-2019
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Suyamto, Prahardini, PER. 2012. Prospek Sumber Bahan Pangan Lokal Mendukung Penganekaragaman Pangan. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. Jawa Timur
- Utami, P. Budiningsih, S. 2015. Potensi dan Ketersediaan Bahan Pangan Lokal Sumber Karbohidrat Non Beras di Kabupaten Banyumas. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis 12 (2): 150-158