



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SIRUP RUMPUT LAUT
MENGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX* (QSPM) (STUDI KASUS: KELOMPOK TANI SUMBER LAUT
BERJAYA, BALIKPAPAN)**

Nindy Nuroktaviana*, Willy Tambunan, Anggriani Profita
Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman
Jl. Sambaliung No. 9, Kampus Gunung Kelua, Samarinda
*Email: nindyoktavia610@gmail.com

Abstrak

Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya merupakan Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) dengan bidang usaha budidaya rumput laut. Salah satu produk yang dihasilkan adalah sirup rumput laut. Dalam pemasarannya, produk tersebut diakui sebagai hasil produksi salah satu perusahaan minuman di Indonesia. Selain itu, Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya memasarkan produknya tanpa merek dengan menggunakan metode mouth to mouth serta melakukan penjualan di pameran-pameran. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukannya analisis terhadap strategi pemasaran sirup rumput laut oleh Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya. Analisis pemasaran sirup rumput laut dilakukan dengan 3 tahap, yaitu Tahap Input (Matriks IFE dan Matriks EFE), Tahap Pencocokan (Matriks IE dan Matriks SWOT), dan Tahap Keputusan (Matriks QSPM). Pada matriks IFE, didapatkan total skor sebesar 2,056, sedangkan Matriks EFE didapatkan skor sebesar 2,861. Berdasarkan skor yang didapatkan Matriks IFE dan EFE, dihasilkan Matriks IE yang menunjukkan bahwa Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya berada di sel V, (menjaga dan mempertahankan). Berdasarkan strategi tersebut serta faktor internal dan faktor eksternal, maka dirumuskan strategi dengan menggunakan Matriks SWOT sehingga didapatkan delapan strategi. Kedelapan strategi tersebut kemudian diberi peringkat pada Matriks QSPM. Alternatif strategi peringkat pertama, yaitu strategi meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan biaya produksi dengan skor daya tarik sebesar 5,698.

Kata kunci: QSPM, Sirup Rumput Laut, Strategi Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi sub sektor perikanan yang tinggi. Revitalisasi perikanan merupakan strategi untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan, meningkatkan daya saing produk, serta kelestarian sumberdaya perikanan. Pencanaan revitalisasi perikanan dan kelautan oleh pemerintah, khususnya Departemen Kelautan dan Perikanan, dengan memacu produksi beberapa komoditas unggulan nasional yang salah satu diantaranya adalah rumput laut, menjadikan harapan baru bagi masyarakat pesisir.

Pengembangan budidaya rumput laut dirasa perlu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat pesisir. Selain pengembangan budidaya rumput laut, penanganan dan pengolahan hasil panen juga perlu dilakukan secara optimal. Pengolahan dan penanganan pasca panen dapat meningkatkan nilai tambah dan nilai jual rumput laut. Pada umumnya penanganan pasca panen rumput laut oleh petani hanya sampai pada proses pengeringan saja.

Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya merupakan Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) dengan bidang usaha budidaya rumput laut. Selain budidaya rumput laut, Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya juga melakukan penanganan dan pengolahan lebih lanjut terhadap hasil panen rumput laut yang dibudidayakannya. Salah satu produk yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya adalah sirup rumput laut.

Produk sirup rumput laut yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya tersebut langsung dijual kepada salah satu perusahaan minuman di Indonesia. Selain itu, Kelompok Tani

Sumber Laut Berjaya juga memasarkan produknya tanpa merek dan dikemas dengan kemasan sederhana, sehingga kurang dapat menarik konsumen. Metode yang digunakan untuk memasarkan produknya juga terbilang sangat sederhana, yaitu metode *mouth to mouth* dan melakukan penjualan di pameran-pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah. Hal tersebut dinilai kurang optimal untuk pemasaran sirup rumput laut, sehingga tidak banyak orang yang mengenal dan mengkonsumsi produk tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukannya analisis terhadap strategi pemasaran sirup rumput laut yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya, Balikpapan. Analisis strategi dilakukan dengan menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). QSPM secara objektif menunjukkan strategi mana yang terbaik. Strategi-strategi yang telah dirumuskan pada Matriks SWOT dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi untuk dapat dievaluasi secara bersamaan. Hal ini dilakukan guna menetapkan strategi terbaik diantara strategi-strategi yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil analisis ini diharapkan dapat membantu Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya dalam melakukan pengembangan dan dapat bersaing dalam memasarkan produk sirup rumput lautnya.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya yang berlokasi di Jalan Mulawarman Gang Anyer RT 13 No. 44 Kelurahan Manggar, Balikpapan, Kalimantan Timur. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2016 sampai Januari 2017.

2.2 Penentuan Responden

Penentuan responden pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Responden yang dipilih adalah Bapak Yakub selaku Ketua Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya, dan Ibu Rohani selaku pembuat sirup. Untuk mengetahui faktor eksternal untuk pemasaran sirup rumput laut, juga dilakukan wawancara terhadap pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Balikpapan.

2.3 Data

Data yang diperlukan adalah data primer yaitu data faktor internal dan eksternal berkaitan dengan pemasaran sirup rumput laut yang didapatkan dari wawancara oleh responden, serta data hasil kuisioner berupa pembobotan dan *rating* untuk masing-masing faktor yang mempengaruhi pemasaran sirup rumput laut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Lingkungan Internal Perusahaan

Tabel 1. Lingkungan Internal Perusahaan

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Manajemen	-	Struktur organisasi tidak berjalan sebagaimana mestinya Kurang nya kuantitas sumber daya manusia
Pemasaran	Produk bernilai gizi dan mengandung banyak manfaat Produk tanpa bahan pengawet Lokasi perusahaan strategis Harga terjangkau (dapat bersaing)	Minimnya kegiatan promosi Kemasan kurang menarik
Keuangan	-	Minimnya modal yang dimiliki
Produksi	Bahan baku berasal dari hasil budidaya sendiri	Teknologi sederhana
Penelitian dan Pengembangan	-	Belum memiliki standar kualitas produk Tidak adanya riset dan pengembangan produk

3.2 Lingkungan Eksternal Perusahaan

Tabel 2. Lingkungan Eksternal Perusahaan

Faktor Eksternal	Peluang (O)	Ancaman (T)
Lingkungan Makro	Bertambahnya populasi penduduk Kota Balikpapan	Naiknya harga bahan bakar dan bahan baku pendukung
	Pemasaran secara <i>online</i>	Perubahan cuaca yang tidak stabil
	Dukungan dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi	
	Kebijakan Dinas Perindagkop mengenai peningkatan kualitas Kelembagaan, usaha dan fasilitas pemodalannya bagi UKM	
Lingkungan Mikro	Kebijakan mengenai peningkatan keterampilan SDM oleh Dinas Perindagkop	
	Bahan baku melimpah	Pesaing dari produk sejenis
	Banyaknya toko oleh-oleh dan <i>mall</i> di Balikpapan	
	Dapat dijadikan oleh-oleh khas Balikpapan	
	Kesadaran masyarakat tentang pola hidup sehat	

3.3 Matriks IFE

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan faktor-faktor internal yang dapat mempengaruhi pemasaran sirup rumput laut. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut diberi bobot dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden dengan menggunakan metode *paired comparison*. Kemudian diberi *rating* 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk menunjukkan apakah faktor itu merupakan kelemahan besar (1), kelemahan kecil (2), kekuatan kecil (3), kekuatan besar (4).

Tabel 3. Matriks IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1	Produk bernilai gizi dan mengandung banyak manfaat	0,067	4	0,268
2	Produk tanpa bahan pengawet	0,067	4	0,268
3	Lokasi perusahaan strategis	0,058	3	0,174
4	Harga terjangkau (dapat bersaing)	0,072	4	0,288
5	Bahan baku berasal dari hasil budidaya sendiri	0,071	3	0,212
Kelemahan (W)				
1	Struktur organisasi tidak berjalan sebagaimana mestinya	0,056	2	0,112
2	Kurangnya jumlah sumber daya manusia	0,077	2	0,154
3	Minimnya kegiatan promosi	0,095	1	0,095
4	Kemasan kurang menarik	0,079	1	0,079
5	Minimnya modal yang dimiliki	0,109	1	0,109
6	Teknologi sederhana	0,048	2	0,096
7	Belum memiliki standar kualitas produk	0,101	1	0,101
8	Tidak adanya riset dan pengembangan produk	0,101	1	0,101
Total		1,000	29	2,056

Dapat dilihat bahwa hasil perhitungan total skor pada matriks IFE adalah sebesar 2,056. Total skor yang diperoleh kurang dari 2,5, hal ini menunjukkan bahwa lemahnya posisi internal perusahaan dalam menangani kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimiliki.

3.4 Matriks EFE

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran sirup rumput laut. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut diberi bobot dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden dengan menggunakan metode *paired comparison*. Kemudian diberi *rating* 1 sampai 4 pada setiap faktor sukses kritis untuk menunjukkan seberapa

efektif strategi perusahaan saat menjawab faktor ini. 4 = respon luar biasa, 3 = respon di atas rata-rata, 2 = respon rata-rata, 1 = respon jelek.

Tabel 4. Matriks EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1	Bertambahnya populasi penduduk Kota Balikpapan	0,082	3	0,245
2	Pemasaran secara <i>online</i>	0,061	2	0,122
3	Dukungan dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi	0,082	3,5	0,285
4	Kebijakan Dinas Perindagkop mengenai peningkatan kualitas Kelembagaan, usaha dan fasilitas pemodalannya bagi UKM	0,106	3,5	0,371
5	Kebijakan peningkatan keterampilan SDM oleh Disperindagkop	0,067	3,5	0,233
6	Bahan baku melimpah	0,085	4	0,340
7	Banyaknya toko oleh-oleh dan <i>mall</i> di Balikpapan	0,074	3	0,222
8	Dapat dijadikan oleh-oleh khas Balikpapan	0,070	3	0,210
9	Kesadaran masyarakat tentang pola hidup sehat	0,069	2,5	0,171
Ancaman (T)				
1	Naiknya harga bahan bakar dan bahan baku pendukung	0,100	2,5	0,250
2	Perubahan cuaca yang tidak stabil	0,104	2	0,208
3	Pesaing dari produk sejenis	0,102	2	0,204
Total		1,000	34,5	2,861

Dapat dilihat bahwa hasil perhitungan total skor pada matriks EFE adalah sebesar 2,861. Total skor yang diperoleh lebih dari 2,5, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

3.5 Matriks IE

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks EFE dan matriks IFE, selanjutnya hasil tersebut digabungkan dengan menggunakan matriks IE. Matriks IE digunakan untuk menganalisis posisi perusahaan dan melihat strategi apa yang tepat untuk diterapkan perusahaan

Skor IFE (2,056)

		Kuat (3-4)	Sedang (2-2,99)	Lemah (1-1,99)
Skor EFE (2,861)	Tinggi (3-4)	I	II	III
	Sedang (2-2,99)	IV	V	VI
	Rendah (1-1,99)	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks IE

Skor yang didapatkan pada matriks IFE adalah 2,056, dan skor yang didapatkan pada matriks EFE adalah 2,861, sehingga dapat dilihat pada matriks IE yang tersaji pada Gambar diatas menunjukkan bahwa posisi Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya berada pada sel V. Pada posisi ini strategi yang tetap untuk digunakan adalah menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Strategi yang dapat digunakan pada posisi *hold and maintain* ini adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

3.6 Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal pemasaran sirup rumput laut oleh Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya, maka disusun beberapa alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT, sehingga didapatkan delapan strategi alternatif sebagai berikut

1. Strategi SO

Strategi SO yang dibuat adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas produk dan mengefisiensikan biaya produksi (S1, S2, S4, S5, O9), dan
- b. Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan (S3, S5, O1, O6, O7, O8).

2. Strategi ST

Strategi ST yang dibuat adalah menciptakan sirup rumput laut dengan cita rasa baru (S1, S2, S4, S5, T1, T2, T3).

3. Strategi WO

Strategi WO yang dibuat adalah sebagai berikut:

- a. Bekerjasama dengan Disperindagkop untuk memberdayakan SDM yang ada di sekitar Pantai Manggar (W1, W2, O1, O3, O5),
- b. Pengajuan permohonan KUR (Kredit Usaha Rakyat)(W4, W5, W6, W8, O3, O4), dan
- c. Bekerjasama dengan Disperindagkop untuk memasarkan produk di toko oleh-oleh, *mall*, maupun secara *online* (W3, O2, O3, O7, O8).

4. Strategi WT

Strategi WT yang dibuat adalah sebagai berikut:

- a. Membuat kemasan yang unik dan menarik (W4, T3), dan
- b. Pembuatan produk sesuai dengan standar SNI produk sirup agar produk dapat memasuki pasar lebih mudah (W7, W8, T3).

3.7 Matriks QSPM

Kedelapan strategi yang didapatkan pada Matriks SWOT kemudian diberikan Skor Daya Tarik pada masing-masing alternative strategi untuk mengetahui strategi mana yang terbaik. Untuk mengetahui nilai Skor Daya Tarik pada masing-masing alternatif strategi dilakukan pemberian kuisioner terhadap responden. Dari Skor Daya Tarik tersebut kemudian dijumlahkan dan dihasilkan Total Skor Daya Tarik (TAS). Kemudian berdasarkan nilai TAS tersebut dapat diketahui peringkat masing-masing alternative strategi.

Tabel 5. Peringkat Strategi

No	Alternatif Strategi	TAS	Peringkat
1	Meningkatkan kualitas produk dan mengefisiensikan biaya produksi	5,698	1
2	Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan	4,106	7
3	Bekerjasama dengan Disperindagkop untuk memberdayakan SDM yang ada di sekitar Pantai Manggar	4,065	8
4	Pengajuan permohonan KUR (Kredit Usaha Rakyat)	5,476	2
5	Bekerjasama dengan Disperindagkop untuk memasarkan produk di toko oleh-oleh, <i>mall</i> , maupun secara online	5,009	5
6	Menciptakan produk sirup rumput laut dengan cita rasa baru	5,178	4
7	Membuat kemasan yang unik dan menarik	4,856	6
8	Pembuatan produk sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk pembuatan sirup, agar produk dapat memasuki pasar lebih mudah.	5,292	3

Berdasarkan hasil perhitungan *Total Attractive Score* (TAS), alternatif strategi yang mendapatkan peringkat satu adalah meningkatkan kualitas produk dan mengefisienkan biaya produksi. Alternatif strategi tersebut paling menarik dan diprioritaskan untuk diterapkan oleh Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya dalam memasarkan produk sirup rumput laut adalah meningkatkan kualitas produk dan mengefisienkan biaya produksi dengan *Total Attractive Score* sebesar 5,698.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Sirup Rumput Laut Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) (Studi Kasus: Kelompok Tani Sumber Laut Berjaya, Balikpapan)”, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan didapatkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pemasaran sirup rumput laut. Kekuatan yang mempengaruhi pemasaran sirup rumput laut yaitu, produk bernilai gizi dan mengandung banyak manfaat, produk tanpa bahan pengawet, lokasi strategis, harga terjangkau, dan bahan baku berasal dari budidaya sendiri. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah struktur organisasi tidak berjalan sebagaimana mestinya, kurangnya kuantitas SDM, minimnya kegiatan promosi, kemasan kurang menarik, belum memiliki standar kualitas produk, serta tidak adanya riset dan pengembangan produk. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah bertambahnya populasi penduduk Balikpapan, pemasaran secara *online*, dukungan dari Disperindagkop, kebijakan Disperindagkop mengenai peningkatan kualitas kelembagaan, usaha, dan fasilitas pemodalannya bagi UKM, kebijakan mengenai peningkatan kualitas SDM oleh Disperindagkop, bahan baku melimpah, banyaknya toko oleh-oleh dan *mall* di Balikpapan, dapat dijadikan oleh-oleh khas Balikpapan, serta kesadaran masyarakat tentang pola hidup sehat. Sedangkan ancaman yang akan dihadapi adalah naiknya harga bahan bakar dan bahan pendukung sirup rumput laut, perubahan cuaca yang tidak stabil, dan pesaing dari produk sejenis, dan
2. Berdasarkan perumusan strategi yang dilakukan pada tahap pencocokan, didapatkan delapan strategi. Dari kedelapan alternatif strategi tersebut, didapatkan strategi yang paling diprioritaskan berdasarkan peringkat strategi, yaitu meningkatkan kualitas produk dan mengefisienkan biaya produksi dengan *Total Attractive Score* sebesar 5,698.

DAFTAR PUSTAKA

- Cry, D.G., Gray, D.A., 1996, *Kiat Memasarkan Produk Anda: Pedoman Perencanaan untuk Pengusaha Kecil*, Ed. 2, Arcan, Jakarta.
- David, F.R., 2007, *Strategic Management: Konsep*, Jilid 1, Ed. 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Fahmi, I., 2014, *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*, Alfabeta, Bandung.
- Kotler, P., Armstrong, G., 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Rafsanjani, A., Sunarsih, M., Agustina, T., 2014, *Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Tani Rumput Laut (Eucheuma Cottoni sp.)*, Universitas Jember, Jember.
- Rangkuti, F., 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan ke-13, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Romimohtarto, K., Juwana, S., 2007, *Biologi Laut: Ilmu Pengetahuan Tentang Biota Laut*, Ed. Rev, Djambatan, Jakarta.
- Solihin, I., 2012, *Manajemen Strategik*, Erlangga, Jakarta.
- Suharno., Sutarso, Y., 2010, *Marketing in Practice*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Winarno, F.G., 1990, *Teknologi Pengolahan Rumput Laut*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.