

**STRATEGI PEMASARAN VIRGIN COCONUT OIL (VCO) UD
PALMANIA DI DESA MOMBI KECAMATAN ALU
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

AYUNI

A0116314



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
2023**

ABSTRAK

AYUNI, A0116314. Strategi pemasaran Virgin Coconut Oil (VCO) UD Palmania di UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Di bimbing langsung oleh ibu **Suryani Dewi, S.P, M.Si** dan Ibu **Dian Utami Zainuddin, S. Si, M.Si**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Virgin Coconut Oil (VCO) UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini kualitatif menjelaskan tentang bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada industri VCO UD Palmania di Desa Mombi, maka dapat disimpulkan bahwa VCO UD Palmania penerapannya dalam pemasaran yaitu memberikan pelayanan yang baik pada konsumen dan menjaga kepercayaan konsumen, rantai pemasarannya mulai dari pengusaha VCO ke konsumen akhir, konsumennya juga sudah sampai ke pulau Jawa, namun faktor penghambat masih kurangnya promosi sehingga masyarakat belum banyak mengetahui VCO UD Palmania.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Pemasaran, Strategi.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produksi kelapa Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia dengan produksi terbesar 18,30 juta ton per ton tahun serta pangsa pasarnya sebesar 30,24% dari produksi kelapa Indonesia saat ini konsentrasi di beberapa pulau besar yaitu Sumatera, Jawa, dan Sulawesi dengan rata-rata produktivitas pada tahun 2014 sebesar 11,36 ton/hektar (Kementan, 2016).

Produktivitas ini sudah di atas rata-rata produktivitas kelapa dunia sebesar 5,20 ton /hektar. Sebagian besar produk kelapa Indonesia merupakan komoditas ekspor, penggunaan untuk konsumsi domestik lebih sedikit. Usaha pengolahan produk turunan kelapa berpotensi untuk dikembangkan di daerah-daerah sentra produksi karena bahan bakunya yang melimpah. Berdasarkan analisis finansial, usaha produk turunan kelapa layak dikembangkan dan menunjukkan keuntungan yang terus meningkat setiap tahunnya (Kuswanto, 2012).

Sulawesi Barat yang sebagian besar daratannya berupa pesisir memiliki potensi kelapa yang menjanjikan. Bersama tanaman kakao dan tanaman kelapa sawit, tanaman kelapa merupakan salah satu bahan baku terpenting di sektor perkebunan.

Produksi kelapa di Sulawesi Barat pada tahun 2021 sebesar 33.851 ton. Luas dan jumlah produksi di Kabupaten Polewali Mandar dapat dilihat pada tabel 1. di bawah ini:

Tabel 1. Luas, produktivitas kelapa dalam di Provinsi Sulawesi Barat.

No	Nama	Luas (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Polewali Mandar	6.800	8.495	1.249,26
2	Majene	15.569	17.498	1.123,86
3	Mamasa	15	9	566,67
4	Mamuju	2.812	2.571	941,36
5	Pasangkayu	4.481	4.381	977,79
6	Mamuju tengah	884	898	1 015,27
Sulawesi Barat		30. 560	33.851	5 847,24

Sumber: Data BPS 2021

Penduduk Desa di beberapa kabupaten provinsi Sulawesi Barat, mayoritas penduduknya adalah petani yang bergerak di bidang pertanian dan perkebunan. Kelapa merupakan salah satu tanaman yang dibudidayakan. Kelapa dipanen setiap 3 (tiga) bulan hanya diolah menjadi kopra atau minyak goreng yang oleh masyarakat Sulawesi Barat di kenal dengan sebutan minyak mandar. Produk turunan kelapa lainnya adalah VCO (virgin coconut oil). Virgin coconut oil (VCO) merupakan minyak kelapa murni diperoleh dari inti kelapa matang, segar, dengan cara mekanis atau alami, dengan atau tanpa menggunakan panas dan tanpa pemurnian kimia (Babu dkk., 2014).

Virgin Coconut Oil (VCO) mengandung asam lemak menengah tinggi yang berfungsi untuk meningkatkan kesehatan atau sebagai suplemen. Aktivitas antioksidan dari Virgin Coconut Oil terutama disebabkan oleh senyawa Fenolik. Asam lemak utama adalah asam ferulat dan asam p/kumarat. Emulsi lebih enak dari pada bentuk minyak, karna berminyak rasa tidak nyaman bagi konsumen atau pasien, jadi pemanis. Aktivitas antioksidan dari Virgin Coconut Oil dan Virgin Coconut Oil Emulsion diukur dengan metode pemutihan karoten (Wiyani dkk., 2020).

Virgin Coconut Oil (VCO) merupakan minyak kelapa murni yang dihasilkan dari daging buah kelapa tua yang segar. Beberapa metode yang digunakan dalam pembuatan VCO adalah pemanasan ($<95^{\circ}\text{C}$), fermentasi. Pada metode pengadukan, dengan adanya pengadukan terus menerus, maka molekul protein yang berfungsi sebagai emulsifier dapat rusak sehingga minyak dapat terpisah. Keunggulan dari minyak ini adalah jernih, tidak berwarna dan tidak mudah tengik (Anwar, 2011).

Produksi Virgin Coconut Oil (VCO) di UD Palmania dalam 1 bulan memproduksi 3000 liter VCO, 1 liter VCO membutuhkan 25 buah kelapa. Dalam sehari karyawan memproduksi VCO sebanyak 2.500 buah kelapa agar dapat memperoleh hasil yang maksimal dengan kerja yang seefektif mungkin. Dari segi produk memiliki daya simpan hingga 6 tahun. Produk belum memiliki aspek legalitas sehingga hal ini yang menyebabkan pemasaran terhambat.

Masalah yang dihadapi UD Palmania pemasaranyang belum maksimal, promosi masih perlu ditingkatkan agar masyarakat yang dari luar daerah bisa mengenal produk UD Palmania.Usaha ini berdiri sejak tahun 1999 namun izin edar baru terbit pada tahun 2022.Hal ini disebabkan pemilik belum fokus mengembangkan VCO dengan adanya pekerjaan utama sebagai PNS. Adapun hal lainyakni dalam memenuhi persyaratan diantaranya syarat lokasi/ tempat usaha, dan ketersediaan peralatan.

VCO Palm Alu telah mendapat permintaan untuk ekspor. Yang berasal dari jaringan relasi pemilik, peluang pasar global belum dapat ditangkap karena produk belum memiliki uji lab dan legalitas dalam memasarkan produk sehingga usaha ini belum berkembang seperti yang diharapkan.

Permasalahan pemasaran yang di hadapi UD Palmania membutuhkan upaya penyelesaian melalui perumusan strategi pemasaran.Strategi pemasaran yang unik dan menarik akan menghasilkan keuntungan penjualan yang optimal untuk mencapai tujuan yang ditentukan dengan mengadakan riset terhadap produknya khusus terhadap mutu, dan sasaran pasar. Dalam hal ini sedapat mungkin usaha-usaha pemasaran yang dilakukan dapat menunjang keberhasilan kegiatan perusahaan yang berpedoman kepada hasil produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Pemasaran yang telah ditetapkan perusahaan sebaiknya selalu sesuai dengan kondisi dan situasi yang dihadapi perusahaan.Pemasaran pada hakikatnya berfokus pada upaya mempertemukan para penjual dan pembeli potensial.Perspektif ini mengacu pada perekonomian sebagai akar disiplin ilmu pemasaran. Perkembangan berikutnya menunjukkan sejumlah pergeseran focus dari interaksi menuju relasi.

Ketatnya persaingan perusahaan diharuskan untuk membuat strategi yang efektif untuk tetap unggul dalam persaingan.Strategi yang diciptakan diharapkan berperan untuk menjaga kebutuhn bisnis dalam skala jangka panjang.Pemilihan strategi yang tepat dalam pemasaran akan sangat mempengaruhi tercapainya visi dan misi usaha UD Palmania. Untuk itu diperlukan suatu penelitian mengenai

“Strategi Pemasaran Virgin Coconut Oil” (VCO) di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar”

1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini mengangkat beberapa permasalahan antara lain :

1. Bagaimana Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran terhadap VCO UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran VCO UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan dia atas, maka tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut

1. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran VCO UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan memenuhi wawasan peneliti terkait dengan bahan yang di kaji dan kepada masyarakat dapat mengetahui dengan baik dan terkait mengenai strategi dalam pemasaran.

1. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran VCO UD Palmania di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

2. Bagi UD Palmania

- a. Dengan hasil penelitian ini bisa memberikan masukan pada UD Palmania sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam perencanaan atau penentuan strategi untuk masa yang akan datang.
- b. Memberikan saran yang diharapkan dapat menjadikan masukan bagi usaha UD Palmania dalam menyelesaikan masalah yang ada di perusahaan, terutama masalah yang berkaitan dengan strategi

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyanti.G.D. 2007.Strategi Pemasaran Virgin Coconut Oil Produksi Industri kecil (Studi kasus Di pt. Bogor Agro Lestari). Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- David, 2004.*Manajemen Strategi Konsep. Edisi Ketujuh*. Prenhalindo, Jakarta
- David, 2011.*Strategic Management Manajemen strategi konsep,.Edisi 12*. Jakarta: Selemba Empat.
- Harisudin, M. 2009. *Manajemen Strategi*. Handout Perkuliahan PertanianSebelas Maret. Surakarta Universitas
- Hunger, J. Wheelen, T. 2003.*Manajemen Strategis*. PT Gramedia PustakaUtama.Jakarta.
- Insclarita. F.”Strategi Pemasaran produk VCO (Virgin Coconut Oil) di rumah Produksi Kena Ketik Nita.”Jurnal ilmiah wahana pendidikan.”
- Kementerian Pertanian Indonesia, 2016.Data produksi kelapa Indonesia per provinsi.<http://kementan.go.id>. (diakses 4 juni 2016)
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta. Erlangga
- Nurhayati. 2011.” Analisis Pengembangan Produksi dan Pemasaran Virgin Coconut Oil (VCO) di kota Tembilahan Kabupaten Indragini Hilir Provinsi Riau” Jurnal manajemen Universitas Riau.
- Rangkuti, F. 2006. *Manajemen Strategi*. CV Yrama Widya. Bandung
- Setiaji, B, Prayogu S. 2006. *Organoleptic Untuk Industri Pangan dan Hasil Pertanian*.54-56. Bhatara Karya Aksara, Jakarta.
- Setyawan, S., & Purwanti, . 2016. Nilai tambah dan profibilitas komoditas kelapa di Kabupaten Natuna. *Riset Akuntansi Keuangan*, 1(1), 75-84.
- Stanton, William. J dan Y. Lamarto. 2019. Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Jakarta Erlangga
- Sulistiyani Pratama. A dan Setiyanto. 2020.”Analisis Strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM “. Jurnal Pemasaran

Suratiah, K. 2015. *Ilmu usahatani*. Jakarta : Penebar Swadaya.

Tanasale M.L.P., 2013. “Aplikasi *Started Ragi Tape Terhadap Rendemen dan Mutu Virgin Coconut Oil (VCO)*”, Vol 02, No. 01, Fakultas Pertanian Universitas Pertanian Ambon.

Yonandra, D.V. (2012). *Analisis ekonomi guladi desa langkap Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes*. (skripsi Fakultas Pertanian Universitas)