

STRATEGI PEMASARAN EKSPOR BUNCIS KENYA (*Phaseolus vulgaris* L) (STUDI KASUS: GAPOKTAN WARGI PANGGUPAY KABUPATEN BANDUNG BARAT)

*Marketing Strategies for Exporting Kenya Beans (*Phaseolus vulgaris* L) (Case Study: Gapoktan Wargi Panggupay West Bandung Regency)*

Wildan Sohibul Wafa^{1)*}, Mohamad Sam'un²⁾, Luthfi Nur'azkiya³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

^{2,3)} Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

* E-mail: wildansohibul45@gmail.com

Diterima: 15 Juni 2023 | Direvisi: 01 Juli 2023 | Disetujui: 20 Agustus 2023

ABSTRACT

This research aims to identify internal and external factors, analyze alternative strategies and effective priority export strategies for kenya green beans in the Gapoktan Wargi Panggupay. The methods employed include a case study, IFAS and EFAS analysis, Grand Strategy Matrix and the SWOT analysis. Primary data collection was conducted through direct interviews, while secondary data was obtained from the Central Bureau of Statistics and relevant journal and thesis literature. Informants were selected through purposive sampling, deliberately chosen based on predefined criteria, which included individuals with insights into export, sorting, and grading of kenya green beans. The IFAS calculations revealed that the strengths of the kenya green bean export marketing efforts can overcome weaknesses, with a total score of 3,120. Additionally, the EFAS calculations indicated that the enterprise has capitalized on opportunities and mitigated threats, with a total score of 3,563. The SWOT analysis generated eight alternative marketing strategies, including diversification of derivative bean products, improve quality and quantity of beans, optimizing the role of agricultural extension officers and collaboration with agricultural agencies, investing in technology to enhance product sorting processes, focusing on high-quality beans, exploring efficient shipping alternatives, optimizing human resource management for kenya bean farmers, and enhancing sorting systems and stringent quality standards. Furthermore, the formulation of grand strategy matrices resulted in two primary strategies: improving the quality and quantity of bean products to expand global market presence with a score of 2,308, and diversifying of derivative bean products to suffice market demand with a score of 2,238. The implication of these findings underscores the need to prioritize these strategies with strengthening partners to be implemented effectively for enhancing kenya green beans export marketing in the future.

Keywords: *Export, kenya green beans, marketing strategies, SWOT*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, menganalisis alternatif strategi dan strategi prioritas ekspor buncis kenya yang efektif bagi Gapoktan Wargi Panggupay. Metode yang digunakan meliputi studi kasus, analisis IFAS, EFAS, Matriks Grand Strategy, dan SWOT. Pengumpulan data primer dilakukan secara langsung melalui wawancara sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik maupun literasi jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini. Pengambilan Informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu penentuan Informan secara sengaja dan menggunakan beberapa kriteria yang sudah ditentukan. Kriteria untuk Informan ini adalah orang yang sudah memiliki wawasan terhadap ekspor, sortasi, hingga grading komoditas sayuran buncis kenya. Hasil perhitungan IFAS menunjukkan faktor kekuatan usaha pemasaran ekspor buncis kenya

dapat mengatasi kelemahan, dengan total skor 3,120. Selain itu, perhitungan EFAS menunjukkan usaha ini telah memanfaatkan peluang dan mampu mengatasi ancaman dengan total skor 3,563. Analisis SWOT menghasilkan delapan alternatif strategi pemasaran, diantaranya diversifikasi produk turunan buncis, peningkatan kualitas dan kuantitas buncis, optimalisasi peran penyuluh dan kerjasama dengan dinas pertanian, investasi dalam teknologi untuk meningkatkan proses sortasi produk, fokus pada keunggulan buncis berkualitas, pencarian alternatif pengiriman yang efisien, optimalisasi manajemen sumber daya manusia petani buncis kenya, serta peningkatan sistem sortasi dan standar kualitas yang ketat. Selanjutnya, perumusan matrik grand strategy menghasilkan dua strategi utama, yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk buncis untuk memperluas pasar global dengan skor 2,308, dan melakukan diversifikasi produk turunan buncis untuk memenuhi permintaan pasar dengan skor 2,238. Keterlibatan dari temuan ini adalah perlunya fokus pada strategi-strategi ini dengan memperkuat mitra agar terlaksana dengan efektif untuk meningkatkan pemasaran ekspor buncis kenya di masa depan.

Kata kunci: Buncis kenya, ekspor, strategi pemasaran, SWOT

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Perannya terutama dalam menyumbang produk domestik bruto, penyediaan pangan, penyediaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan dan ketahanan pangan, serta penyumbang devisa melalui ekspor (Rukmana, 2006). Kehadiran pasar ekspor ini menjadi peluang bagi petani yang berkaitan langsung dengan hasil pertanian untuk mendapatkan pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan petani (Sitindaon, 2017).

Sayuran merupakan bahan makanan berasal dari tumbuh-tumbuhan (nabati). Konsumsi sayur sangat penting untuk kesehatan kita karena sayur merupakan sumber nutrisi yang kaya akan vitamin, mineral, serat, dan antioksidan yang dapat membantu menjaga kesehatan tubuh, menurunkan risiko penyakit kronis seperti obesitas, diabetes, dan penyakit jantung. Sayuran juga memiliki manfaat untuk perawatan kecantikan, oleh karena itu sayuran memiliki potensi untuk dikembangkan (Amin, 2014).

Buncis adalah salah satu jenis sayuran kesukaan masyarakat karena

memiliki tekstur renyah, rasa manis, dan kandungan nutrisi yang baik untuk kesehatan. Tanaman buncis termasuk kedalam keluarga kacang-kacangan. Pada tanaman buncis yang dimanfaatkan untuk sayuran adalah polongnya (Sastrapradja, 2012). Buncis dalam perdagangan dunia disebut Common bean (*Phaseolus vulgaris*). Genus *phaseolus* terdiri dari empat spesies dari 50 (lima puluh) spesies *phaseolus* yang sudah mulai dibudidayakan dan dipasarkan.

Pemasaran merupakan kegiatan utama untuk setiap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dijalankan dalam rangka mempertahankan keberadaan dan kelangsungan usaha tersebut, agar bisa terus berkembang untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan tujuannya (Suhandi, *et al.*, 2020). Dalam pemasaran diperlukan sebuah strategi agar tujuan perusahaan dapat dengan mudah tercapai. Abdullah, *et al.* (2021) mengemukakan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan pasar dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terus dikonsumsi oleh konsumen sehingga produk tersebut dikenal dan digunakan

oleh mereka sepanjang waktu. Strategi pemasaran juga merupakan kegiatan atau rencana suatu perusahaan untuk menggabungkan segala sumber daya yang dimiliki dan aktivitas terhadap permintaan produk untuk memenangkan pasar.

Buncis (*Phaseolus vulgaris* L) adalah salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Petani banyak melakukan usaha budidaya buncis karena mereka meyakini bahwa usaha ini memiliki prospek yang sangat bagus. Beberapa varietas buncis yang dibudidayakan di Indonesia, termasuk diantaranya buncis kenya dengan pohon yang melilit dan buncis kenya dengan pohon yang tegak, yang memiliki perbedaan karakteristik pada pohonnya (Deviani, *et al.*, 2019). Produksi tanaman buncis di Jawa Barat tahun 2018-2020 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat menunjukkan bahwa sentra produksi buncis kenya terbesar di Jawa Barat terdapat di Kabupaten Cianjur. Tahun 2016 hingga 2020 Kabupaten Cianjur memproduksi sebanyak 1.000.471 kuintal, kemudian sentra produksi buncis kenya terbesar kedua adalah Kabupaten Garut sebanyak 864.700 kuintal, disusul oleh Kabupaten Bandung sebanyak 764.341 kuintal, kemudian Kabupaten Bandung Barat dengan produksi sebanyak 261.922 kuintal. Salah satu Gapoktan penghasil buncis kenya untuk diekspor terdapat di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat yaitu Gapoktan (Gabungan kelompok Tani) Wargi Panggupay.

Gapoktan Wargi Panggupay adalah salah satu wadah kelompok petani yang terbentuk pada hari Rabu tanggal 5 Februari 2009 dan beralamat di Kp. Gandok, RT.01 RW.14 Desa Suntenjaya, Kecamatan Lembang. Gapoktan Wargi Panggupay merupakan gabungan dari

beberapa kelompok tani, terdiri dari 2 kelompok tani dan memiliki total 50 anggota petani yang bergerak dalam bidang agribisnis.

Permasalahan yang dihadapi oleh petani buncis kenya di Gapoktan Wargi Panggupay itu terletak pada ekspor buncis kenya ke negara tujuan. Adanya pandemi covid-19 memberikan dampak terhadap kenaikan harga kargo yang semulanya Rp9.000/kg menjadi Rp26.000/kg. Syarat untuk standar ekspor adalah buncis kenya tidak berbiji, tidak bengkok, dan panjang tidak boleh lebih dari 10cm. Selain itu, ada beberapa gapoktan lain yang memiliki hasil produksi berupa buncis kenya dan memasarkannya juga, sehingga mengakibatkan adanya persaingan kompetitor dengan Gapoktan Wargi Panggupay. Dengan demikian, Gapoktan Wargi Panggupay perlu mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam usahanya dan juga perlu merumuskan strategi yang tepat dan relevan digunakan saat ini dan untuk masa depan.

Menurut Rangkuti (2014), analisis SWOT membantu dalam memahami faktor-faktor yang terstruktur dan merumuskan strategi berdasarkan logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), serta meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Selain itu, grand strategy merupakan strategi umum yang memberikan arah bagi tindakan-tindakan strategi perusahaan. Grand strategy dapat membantu perusahaan dalam mengevaluasi situasi pasar dan menemukan strategi yang tepat untuk memanfaatkan kekuatan mereka atau mengatasi hambatan yang muncul, sehingga perusahaan dapat mempertahankan posisinya di pasar dengan lebih baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka

tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, menganalisis alternatif strategi dan strategi prioritas ekspor buncis kenya yang efektif bagi Gapoktan Warga Punggupay di Desa Suntenjaya, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan mulai dari November hingga Desember 2022 di Gapoktan Warga Punggupay berlokasi di Kampung Gandok, Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Gapoktan Warga Punggupay yang menjadi *supplier* PT. Corona telah sukses memasarkan hasil panennya hingga ke Negara Singapura.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, kuesioner, observasi partisipan, dan dokumentasi dengan pihak eksportir atau pelaku usaha buncis kenya. Data sekunder diperoleh dari BPS (Badan Pusat Statistik), studi literatur dan juga laporan dari pihak lembaga maupun instansi yang terkait dengan teori, konsep, serta dokumentasi yang berkaitan tentang ekspor buncis kenya.

Informan penelitian diambil secara sengaja (*purposive*) dengan kriteria adalah orang yang sudah memiliki wawasan terhadap ekspor, sortasi, hingga grading komoditas sayuran buncis kenya. Informan yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 14 orang diantaranya adalah 1 orang ketua Gapoktan Warga Punggupay sebagai informan kunci, 2 orang ketua kelompok tani sebagai informan tambahan, 1 orang penanggung jawab ekspor sebagai

informan tambahan, dan 10 orang petani sebagai informan tambahan.

Rahardjo (2017) menjelaskan studi kasus adalah dimana peneliti ingin mencari informasi yang bisa dipelajari dari sebuah kasus, baik kasus tunggal maupun kasus jamak. Langkah-langkah dalam penelitian studi kasus diantaranya adalah: pemilihan tema, pembacaan literatur, perumusan masalah penelitian, pengumpulan data, penyempurnaan data, pengolahan data, analisis data, proses analisis data, dialog teoritik, triangulasi temuan, kesimpulan dari hasil penelitian, dan laporan hasil penelitian.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan uraian. Setelah mendapatkan data, kemudian diolah menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS, dan matriks Grand Strategy, serta analisis SWOT.

Setelah melakukan penghitungan matriks IFAS dan matriks EFAS, selanjutnya dilakukan analisis matriks Grand Strategy yang bertujuan untuk menunjukkan posisi kuadran Gapoktan Warga Punggupay saat ini, dan strategi apa yang akan dijalankan nantinya. Pada penelitian ini tahap analisis menggunakan metode triangulasi data. Menurut (Wijaya, 2018) triangulasi adalah sebuah teknik yang digunakan untuk memastikan keakuratan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber dan metode yang berbeda pada berbagai waktu.

Penggunaan analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang menyebabkan permasalahan pemasaran ekspor buncis kenya yang belum efektif, sehingga diketahui apa saja faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahannya (Sam'un, *et al.*, 2020). Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal diidentifikasi

menjadi faktor strategis untuk mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki dan meminimalisir kelemahan yang ada, sedangkan faktor eksternal diidentifikasi menjadi faktor strategis untuk memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman (Nur'azkiya, *et al.*, 2020). Matriks SWOT ini menggambarkan bagaimana kekuatan, kelemahan peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi. Matriks SWOT biasa dalam mengembangkan empat jenis strategi, diantaranya strategi S-O (kekuatan-peluang), strategi W-O (kelemahan-peluang), strategi S-T (kekuatan-ancaman) dan strategi W-T (kelemahan-ancaman).

Adapun untuk menentukan strategi prioritas sebagaimana menurut Warman, D.A. (2021) bahwa alternatif strategi utama yang dipilih dari matriks SWOT

Tabel 1. Matriks IFAS

| Faktor Internal | Rata-rata Bobot | Rata-rata Rating | Skor |
|---|-----------------|------------------|--------------|
| Kekuatan | (x) | (y) | (x*y) |
| 1. Produk yang berkualitas | 0,142 | 4 | 0,568 |
| 2. Volume permintaan ekspor terpenuhi | 0,142 | 4 | 0,568 |
| 3. Pengiriman tepat waktu | 0,139 | 4 | 0,556 |
| 4. Lokasi kebun produksi yang strategis dekat dengan gudang ekspor dan gudang penyimpanan | 0,137 | 4 | 0,548 |
| Total Skor Faktor Kekuatan | | | 2,240 |
| Kelemahan | | | |
| 1. Penanganan produk pada <i>grade</i> B dan C belum optimal | 0,094 | 2 | 0,188 |
| 2. Kekurangan tenaga kerja | 0,129 | 2 | 0,258 |
| 3. Sortasi yang manual | 0,118 | 2 | 0,236 |
| 4. Rata-rata sekitar 20% produk buncis kenya tidak lolos standar ekspor | 0,099 | 2 | 0,198 |
| Total Skor Faktor Kelemahan | | | 0,880 |
| Total Skor Faktor Internal | 1,000 | | 3,120 |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Faktor eksternal merupakan bentuk analisis strategi dari faktor peluang dan ancaman suatu perusahaan. Faktor eksternal bersumber dari luar perusahaan yang dapat memengaruhi perkembangan

disesuaikan dengan posisi perusahaan pada matrik grand strategy sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner secara langsung dengan jumlah informan sebanyak 14 orang disajikan kedalam bentuk matriks IFAS dan EFAS selanjutnya dilakukan pembobotan dan pemberian rating sesuai data yang ada. Analisis SWOT disusun berdasarkan analisis internal dan eksternal dan pengisian faktor-faktor internal dan eksternal menggunakan data hasil dari kuesioner yang diberikan kepada informan.

Gapoktan Wargi Panggupay memiliki faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dalam menjalankan ekspor buncis kenya dapat dilihat pada tabel 1 matriks IFAS sebagai berikut:

suatu usaha. Gapoktan Wargi Panggupay memiliki faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*) dalam menjalankan ekspor buncis kenya dapat dilihat pada tabel 2 matriks EFAS sebagai berikut:

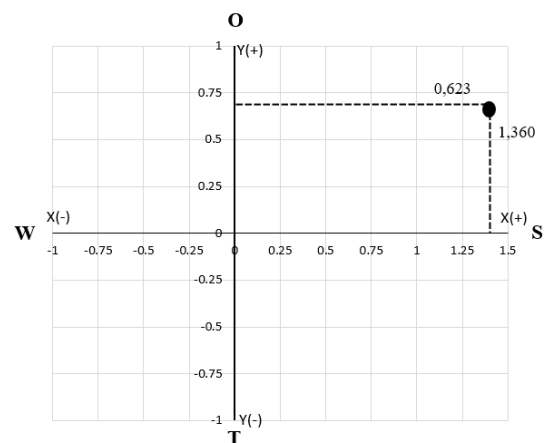
Tabel 2. Matriks EFAS

| Faktor Eksternal | Rata-rata Bobot (x) | Rata-rata Rating (y) | Skor (x*y) |
|--|---------------------|----------------------|--------------|
| Peluang | | | |
| 1. Sebagian masyarakat gemar akan diversifikasi produk turunan buncis | 0,132 | 4 | 0,528 |
| 2. Banyak perusahaan yang bersedia menjadi mitra | 0,152 | 4 | 0,608 |
| 3. Dinas pertanian menjadi fasilitator | 0,127 | 3 | 0,381 |
| 4. Peluang pasar ekspor masih terbuka luas | 0,144 | 4 | 0,576 |
| Total Skor Faktor Peluang | | | 2,093 |
| Ancaman | | | |
| 1. Ada beberapa penghasil komoditas yang sama memiliki kualitas lebih baik | 0,135 | 4 | 0,540 |
| 2. Harga fluktuatif yang diakibatkan banyaknya produksi buncis kenya | 0,104 | 3 | 0,312 |
| 3. Tingginya harga pengiriman ekspor | 0,112 | 3 | 0,336 |
| 4. Kondisi cuaca berubah-ubah | 0,094 | 3 | 0,282 |
| Total Skor Faktor Ancaman | | | 1,470 |
| Total Skor Faktor Eksternal | 1,000 | | 3,563 |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dapat dilihat bahwa faktor kekuatan memiliki skor sebesar 2,240 dan faktor kelemahan memiliki skor 0,880, sehingga total skor pada faktor internal dari strategi pemasaran ekspor buncis kenya diperoleh 3,120. Sedangkan, hasil perhitungan matriks EFAS dapat dilihat bahwa pada faktor peluang diperoleh skor sebesar 2,093 dan faktor ancaman diperoleh skor 1,470, sehingga total skor faktor eksternal dari strategi pemasaran ekspor buncis kenya yaitu 3,563. Maka dari itu, Gapoktan Warga Paggupay dapat mengatasi kelemahan dan ancaman dengan kekuatan dan peluang yang ada dalam menjalankan ekspor buncis kenya.

Berdasarkan matriks grand strategy pada gambar 1 dapat dilihat bahwa posisi dari Gapoktan Warga Paggupay ini ada pada Kuadran I dengan perolehan nilai pada sumbu X dan Y. Sumbu X diperoleh dari total skor kekuatan dikurangi dengan total skor kelemahan yaitu sebesar 1,360. Sedangkan pada sumbu Y didapatkan dari total skor peluang dikurangi dengan total skor ancaman yaitu sebesar 0,623.



Gambar 1. Matriks Grand Strategy

Pada Kuadran I ini menunjukkan posisi Gapoktan Warga Paggupay berada pada posisi yang baik dan menguntungkan karena memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan serta memiliki peluang untuk mengantisipasi ancaman. Kekuatan dan peluang yang ada dapat dimanfaatkan dengan baik oleh Gapoktan Warga Paggupay dengan menerapkan kebijakan atau strategi agresif (*growth oriented strategy*). Strategi ini harus dijalankan dengan optimal untuk memberikan keuntungan bagi Gapoktan Warga Paggupay dalam menjalankan usahanya.

Tabel 3. Matriks SWOT

| | | |
|--|--|---|
| Internal Eksternal | Strengths (S) | Weaknesses (W) |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang berkualitas 2. Volume permintaan ekspor terpenuhi 3. Pengiriman tepat waktu 4. Lokasi kebun produksi yang strategis dekat dengan gudang ekspor dan gudang penyimpanan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penanganan produk pada <i>grade</i> B dan C belum optimal 2. Kekurangan tenaga kerja 3. Sortasi yang manual 4. Rata-rata sekitar 20% Produk buncis kenya tidak lolos standar ekspor |
| Opportunities (O) | Strategi SO | Strategi WO |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagaimana masyarakat gemar akan diversifikasi produk turunan buncis 2. Banyak perusahaan yang bersedia menjadi mitra 3. Dinas pertanian menjadi fasilitator 4. Peluang pasar ekspor masih terbuka luas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kegemaran masyarakat terhadap diversifikasi produk turunan buncis guna memenuhi permintaan pasar lokal maupun pasar internasional. (S1, S2, O1, dan O4) 2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas buncis kenya untuk memenuhi upaya perluasan pasar internasional dengan memperkuat kemitraan. (S2, S3, O2 dan O4) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi peran penyuluh dan memaksimalkan kerjasama dengan dinas pertanian untuk mengatasi produk <i>reject</i> agar bisa laku. (W1, W4, dan O3) 2. Gapoktan dapat berinvestasi dalam teknologi yang dapat meningkatkan proses sortasi produk serta menggunakan layanan tenaga kerja kontrak untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja tambahan. (W1, W2, dan O4) |
| Threats (T) | Strategi ST | Strategi WT |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada beberapa penghasil komoditas yang sama memiliki kualitas lebih baik 2. Harga fluktuatif yang diakibatkan banyaknya produksi buncis Kenya 3. Biaya ekspedisi ekspor meningkat 4. Kondisi cuaca berubah-ubah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Gapoktan dapat mempertahankan fokus pada keunggulan buncis mereka yang berkualitas melalui peningkatan kontrol kualitas, inovasi produk, dan penanganan yang baik. (S1,S2,S3,S4,T1, dan T2) 2. Mencari alternatif pengiriman yang lebih efisien untuk mengatasi biaya pengiriman yang tinggi. (S2,S3, dan T3) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan kemampuan manajemen sumber daya manusia petani buncis kenya. (W1,W2, W3, dan T2) 2. Gapoktan Wargi Panguipay perlu meningkatkan sistem sortasi dan mengadopsi standar kualitas yang ketat. (W1, W3, W4, T3 dan T4) |

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada tabel 3 diperoleh 8 alternatif strategi pengembangan untuk pemasaran ekspor buncis kenya pada Gapoktan Wargi Panguipay yang terdiri dari: 2 Strategi SO, 2 strategi ST, 2 strategi WO, dan 2 strategi WT. Adapun strategi prioritas yang dipilih dari hasil matriks SWOT disesuaikan dengan posisi Gapoktan Wargi Panguipay pada matrik *grand strategy* sebelumnya berada dalam kuadran I (satu), sehingga strategi yang dipilih adalah strategi SO yang pertama (SO1) dengan skor 2,238, dan strategi yang kedua (SO2) dengan skor

2,308 (tabel 4). Maka dari itu, SO2 yang memiliki nilai terbesar menjadi prioritas strategi yang dapat diutamakan terlebih dahulu untuk dilakukan sebelum SO1 oleh Gapoktan Wargi Panguipay dalam menjalankan usahanya, sebagaimana menurut Utomo (2001) mengatakan bahwa nilai terbesar dijadikan sebagai prioritas strategi.

Dalam upaya mengimplementasikan SO2 yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas buncis kenya untuk memenuhi upaya perluasan pasar internasional dengan memperkuat mitra, maka diperlukan

kerjasama serta dukungan dari semua pihak baik pemerintah maupun swasta agar berjalan dengan efektif. Menurut Nur'azkiya, *et al.* (2020) dalam rangka optimalisasi efektivitas, dinas-dinas terkait dapat secara rutin mengadakan pertemuan berbasis kelompok tani yang salah satu contohnya adalah pelatihan yang diadakan oleh dinas-dinas terkait, bimbingan teknis,

dan pelatihan manajemen. Hal ini juga dapat mendukung implementasi strategi selanjutnya yaitu SO1 berkaitan dengan hilirisasi produk buncis dengan diversifikasi produk turunan buncis, sehingga petani mendapatkan keuntungan tambahan dari nilai tambah produk buncis tersebut guna memenuhi permintaan pasar.

Tabel 4. Prioritas Alternatif Strategi Untuk Gapoktan Warga Punggupay

| Strategi S-O | Keterkaitan | Total Skor | Ranking |
|---|----------------------|------------|---------|
| 1. Memanfaatkan kegemaran akan diversifikasi buncis kenya dan memperkuat mitra untuk memenuhi kebutuhan ekspor maupun permintaan lokal. | (S1, S2, O1, dan O4) | 2,238 | I |
| 2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas buncis kenya untuk memenuhi upaya perluasan pasar internasional dengan memperkuat mitra. | (S2, S3, O2, dan O4) | 2,308 | II |

Sumber: Data primer diolah, 2023

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa Gapoktan Warga Punggupay pada kondisi internal pemasaran ekspor buncis kenya untuk faktor kekuatan memperoleh skor 2,240 dan faktor kelemahan memperoleh skor 0,880 dengan nilai total skor IFAS yaitu 3,120. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan usaha pemasaran ekspor buncis kenya mampu mengatasi kelemahan. Hasil perhitungan EFAS pada kondisi eksternal memperoleh skor faktor peluang sebesar 2,093 dan faktor ancaman memperoleh skor 1,470 dengan nilai total skor EFAS sebesar 3,563. Hal ini menunjukkan bahwa usaha pemasaran ekspor buncis kenya sudah cukup memanfaatkan peluang sehingga mampu mengatasi ancaman. Selanjutnya hasil analisis SWOT diperoleh 8 alternatif strategi yang dijadikan sebagai strategi pemasaran buncis kenya di Gapoktan Warga Punggupay. Dari

alternatif strategi tersebut dipilih strategi prioritas sesuai hasil posisi perusahaan pada matriks *grand strategi* yaitu berada pada Kuadran I, dimana terdapat 2 strategi SO dengan strategi prioritas yang dipilih mulai dari nilai terbesar yaitu strategi SO2 (skor 2,308) meningkatkan kualitas dan kuantitas buncis kenya untuk memenuhi upaya perluasan pasar internasional dengan memperkuat mitra, dan kemudian strategi SO1 (skor 2,238) memanfaatkan kegemaran akan diversifikasi buncis kenya dan memperkuat mitra untuk memenuhi kebutuhan ekspor maupun permintaan lokal. Kedua strategi tersebut dijalankan dengan memperkuat mitra baik pemerintah maupun swasta agar dapat berjalan efektif.

Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk strategi pemasaran ekspor buncis kenya di Gapoktan Warga Punggupay perlu melakukan investasi dalam peningkatan kualitas produk, tenaga

kerja serta teknologi produksi untuk memastikan produk yang berkualitas dan sesuai standar pasar internasional, perlu diadakannya kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar di luar negeri untuk mempermudah dan memperluas akses pasar internasional, dan pemerintah juga perlu memfasilitasi akses informasi dan kerjasama antar Gapoktan dalam industri ekspor buncis kenya untuk meningkatkan daya saing dan mempermudah ekspor.

REFERENSI

- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Djaâ, A. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil dan Menengah di Desa Wawoangi Kec. Sampoiawa ditengah Pandemic COVID-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76-80.
- Amin, M. N. (2014). *Sukses Bertani Buncis: Sayuran Obat Kaya Manfaat*. Garudhawaca, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. 2022. Data Produksi Tanaman Sayuran Buncis di Jawa Barat. BPS Jawa Barat, Bandung.
- Deviani, F., Rochdiani, D., & Saefudin, B. R. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Usahatani Buncis di Gabungan Kelompok Tani Lembang Agri Kabupaten Bandung Barat. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(2), 165-173.
- Nur'azkiya, L., Suhaeni, S., & Wijaya, I. P. E. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Jamur Merang di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 1(1), 48-58.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. Universitas Islam Negeri. <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rukmana, R. (2006). *Bertanam Buncis Kenya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Sam'un, M. (2020). Analisis Strategi untuk Pengembangan Minapolitan Perikanan Tangkap PPI Karangsong yang Efektif. *Jurnal Mina Sains*, 6(2), 104-104.
- Sastrapradja, S. D. (2012). *Perjalanan Panjang Tanaman Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Sitindaon, M. (2017). Analisis potensi ekspor hasil pertanian tanaman pangan di Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 6(1), 62-68.
- Suhandi, S., Hanafiah, H., & Harsono, P. (2020). Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Khas Kabupaten Pandeglang. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(2), 143-152.
- Utomo, B. S. B. (2001). Kajian Potensi dan Pengelolaan Secara Lestari Ekosistem Mangrove di Wilayah Pesisir Kecamatan Losarang, Kabupaten Indramayu. *Tesis. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Bogor*.
- Warman, D.A. (2021). Strategi pengembangan agrowisata sawah: Kasus Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuan Deli, Kabupaten Deli Serdang. *Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, Medan*.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Edisi ke-2*. Indeks Jakarta, Jakarta.