

**BAURAN PEMASARAN ASPARAGUS (*Asparagus officinalis L.*) PADA KOPERASI
TANI MERTANADI DI DESA PELAGA, KECAMATAN PETANG
KABUPATEN BADUNG**

I Gusti Agung Nyoman Dananjaya, S.P.,M.Agb

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Email: guz.d4nan@gmail.com

Ir. Anak Agung Gde Pushpha, M.Si

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Email: agungpushpha@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran asparagus serta kendala yang dihadapi oleh Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga, Kecamatan Petang. Penentuan lokasi penelitian ini menggunakan metode *purposive* yaitu penentuan lokasi penelitian yang dilakukan dengan sengaja dengan didasarkan berbagai pertimbangan. Adapun pertimbangan tersebut adalah Koperasi Tani Mertanadi merupakan sumber penghasil Asparagus di Bali, daerah penelitian sangat berpotensi untuk mengembangkan tanaman asparagus. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 48 orang. Jumlah sampel yang diambil berjumlah 10 orang dengan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode yaitu observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan oleh Koperasi Tani Mertanadi yaitu produk Asparagus yang dihasilkan terdapat 5 jenis grade yaitu Grade Super, Grade A, B, C dan KW, harga Asparagus didasarkan atas grade mulai dari Rp 25.000 s.d. Rp 80.000, saluran distribusi yang dilakukan ke supermarket, restaurant dan suplayer, promosi yang dilakukan melalui internet, *door to door* dan mengikuti pameran dengan membuka stan–stan di Bali maupun diluar Bali. Permasalahan yang dihadapi yaitu berkaitan dengan hama dan penyakit serta harga yang berfluktuasi. Dari hasil penelitian dapat disarankan sebagai berikut yaitu perlu adanya tambahan tempat penyimpanan agar dapat menyimpan stok disaat adanya tambahan permintaan dari konsumen. Adanya cara pemberantasan hama dan penyakit sehingga dapat menjaga kualitas daripada produk itu sendiri. Perlu adanya promosi yang lebih luas sehingga produk Asparagus ini lebih dikenal oleh masyarakat luas serta perlu adanya mitra bisnis.

Kata Kunci : Asparagus, Marketing Mix, Koperasi Tani Mertanadi

Abstract

This study aims to determine the marketing mix of asparagus and the obstacles faced by the Mertanadi Farmers Cooperative in Pelaga Village, Petang District. Determination of the location of this study using a purposive method, namely the determination of the location of research conducted intentionally based on various considerations. The consideration is that the Mertanadi Farmers Cooperative is a source of Asparagus production in Bali, the research area has the potential to develop asparagus plants. The population in this study amounted to 48 people. The number of samples taken amounted to 10 people with a purposive sampling method. The type of data used is qualitative data and quantitative data sourced from primary and secondary data. Data were collected using several methods, namely observation, questionnaire, interview and documentation. Data analysis in this study used descriptive qualitative and quantitative data analysis using marketing mix (*Marketing Mix*)

The results showed that the marketing mix conducted by Mertanadi Farmers Cooperative namely Asparagus products produced there are 5 types of grades namely Super Grade, Grade A, B, C and KW, Asparagus prices are based on grades starting from Rp. 25,000 to Rp. 80,000, distribution channels conducted to supermarkets, restaurants and suppliers, promotions through the internet, door to door and participating in exhibitions by opening booths in Bali and outside Bali. The problems faced are related to pests and diseases and fluctuating prices. From the results of the study can be suggested as follows, namely the need for additional storage in order to store stock when there is additional demand from consumers. There is a way to eradicate pests and diseases so that they can maintain the quality of the product itself. Broader promotion is needed so that this Asparagus product is better known to the wider community and business partners are needed.

Keywords: Asparagus, Marketing Mix, Mertanadi Farmers Cooperative

1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang paling penting karena menjadi andalan dibidang pangan sehingga sebagian besar kebutuhan manusia dapat dipenuhi. Sektor pertanian perlu ditangani secara sungguh-sungguh agar dapat memberikan manfaat sesuai kebutuhan manusia. Salah satu jenis sayuran yang dikembangkan adalah asparagus. Tanaman asparagus adalah tanaman liar yang terdapat di Eropa Afrika Barat Laut, Asia ke Timur sampai Iran dibudidayakan lebih dari 2000 tahun yang lalu. Ada dua jenis asparagus yaitu berwarna putih dan berwarna hijau. Salah satu spesies yang dikembangkan di Koperasi Tani Mertanadi adalah jenis *asparagus officinalis* yang merupakan penghasil rebung. Tanaman asparagus merupakan tanaman tahunan, memiliki batang dalam tanah yang akan menumbuhkan rebung, sementara batang yang tampak diluar tanah merupakan tumbuhnya cabang ranting dan daun. Daun asparagus berbentuk jarum sepiantas mirip dengan cemara (Anonim, 2011)

Asparagus, dalam pengertian umum, adalah suatu jenis sayuran dari satu spesies tumbuhan genus *Asparagus*, terutama batang muda dari *Asparagus officinalis*. Asparagus telah digunakan sejak lama sebagai bahan makanan karena rasanya yang sedap dan sifat diuretiknya. Dengan adanya sifat diuretik tersebut, asparagus berkhasiat untuk memperlancar saluran urin sehingga mampu memperbaiki kinerja ginjal. Asparagus merupakan sumber terbaik asam folat nabati, sangat rendah kalori, tidak mengandung lemak atau kolesterol, serta mengandung sangat sedikit natrium. Tumbuhan ini juga merupakan sumber rutin, suatu senyawa yang dapat memperkuat dinding kapiler. Tanaman asparagus merupakan tanaman yang termasuk jenis tanaman semak menjalar. Tanaman asparagus dapat mencapai panjang sampai dengan 2 m. Bentuk tanaman asparagus batangnya mempunyai bentuk silindris, memanjang, membentuk rebung. Tanaman asparagus mempunyai warna hijau. Daun tanaman asparagus berbentuk majemuk, berseling, tersebar, bentuknya mirip jarum, dengan panjang daun tanaman asparagus 1 cm, dan berwarna hijau (Susetyo, 2015).

Salah satu kabupaten di Bali yang memproduksi tanaman asparagus adalah di Kabupaten Badung. Di Kabupaten Badung ini terdapat sebuah desa yang cocok untuk membudidayakan asparagus adalah di Desa Pelaga. Kondisi curah hujan di Desa Pelaga cukup banyak sehingga desa ini memiliki potensi untuk pengembangan asparagus karena ketersediaan air yang mencukupi. Dalam memproduksi asparagus di dukung oleh sebuah koperasi yang bernama Koperasi Tani Mertanadi. Koperasi ini merupakan salah satu koperasi yang berkembang berdasarkan keinginan kuat para anggotanya untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dengan merubah pola pikir dan perilaku dalam berusaha. Pasokan asparagus diterima dari petani anggota Koperasi Tani Mertanadi yang ada di wilayah Desa Pelaga.

Saat ini Koperasi Tani Mertanadi memasarkan asparagus ke pelanggan yang tergolong sebagai konsumen lembaga. Pelanggan Koperasi Tani Mertanadi terdiri dari perorangan atau organisasi yang terlibat dalam logistik pemasaran asparagus dari Koperasi Tani Mertanadi. Pelanggan bukanlah konsumen akhir sebagai pengonsumsi, melainkan konsumen yang mempunyai kelembagaan untuk memasarkan kembali asparagus yang dibeli dari Koperasi Tani Mertanadi. Rantai pasokan (*supply chain*) adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir yang dihantarkan ke pembeli akhir (Kotler dan Keller, 2009).

Koperasi Tani Mertanadi mempunyai cara tersendiri dalam melakukan pengadaan asparagus untuk memenuhi permintaan pasar. pengadaan asparagus juga di dukung oleh petani perorangan. Untuk pencapaian pemasaran asparagus diperlukan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran ini merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran (Kotler, dkk, 1996). Berdasarkan latar belakang tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran asparagus dan kendala-kendala yang dihadapi oleh Koperasi Mertanadi di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung

2. METODE

Penentuan lokasi penelitian ini menggunakan metode *purposive* yaitu penentuan lokasi penelitian yang dilakukan dengan sengaja dengan didasarkan berbagai pertimbangan. Adapun pertimbangan tersebut adalah Koperasi Tani Mertanadi merupakan sumber penghasil Asparagus di Bali, daerah penelitian sangat berpotensi untuk mengembangkan tanaman asparagus. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota koperasi yang menanam tanaman asparagus dengan jumlah 48 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja dengan mengambil 3 orang pengurus koperasi dan anggota sebanyak 7 orang, sehingga jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 10 orang. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode yaitu observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Metode analisis data ini digunakan untuk mengetahui bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, promosi dan kendala yang dihadapi dalam pemasaran asparagus pada Koperasi Tani Mertanadi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Daerah penelitian ini dilakukan di Desa Pelaga yang merupakan salah satu desa yang mengembangkan tanaman asparagus. Desa ini terletak diantara dua daerah tujuan wisata yaitu Bedugul dan Kintamani. Desa pelaga terletak pada ketinggian berkisar antara 650 – 1.110 meter dari permukaan laut, memiliki luas wilayah 3545,20 hektar yang beriklim normal dan lahan pertanian umumnya bertingkat dan jumlah penduduk Desa Pelaga sebanyak 6.096 orang. Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung merupakan satu-satunya lokasi pengembangan asparagus di Provinsi Bali sejak tahun 2010. Adanya asparagus di Desa Pelaga diawali oleh program dari Kementerian Koperasi dan UKM melalui program One Village One Product(OVOP). Pemerintah Kabupaten Badung (Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Badung) bekerja sama dengan konsultan dari Taiwan International Cooperation Development Fund (ICDF)mencoba dalam bentuk pilot project seluas 0,5 hektar. Dari hasil pilot project tersebut menghasilkan produksi asparagus dengan kualitas baik dengan nilai ekonomi yang tinggi sehingga dapat dikembangkan lebih luas. ICDF tersebut membantu dalam penyediaan sarana produksi, termasuk tenaga ahli dalam membantu pemasaran. Selain bekerja sama dengan ICDF,Dinas Koperasi, UKM (Usaha Kecil Menengah), Perindustrian, dan Perdagangan juga membantu mediasi pengembangan asparagus

dengan memberikan bantuan bibit. Bibit bantuan yang diberikan dengan luas sebesar 1 ha adalah sebanyak 23.100 bibit.

Koperasi Tani Mertanadi berdiri pada tahun 2010 dengan No.BH/tanggal : 06/BH/XXVII.I/Diskopperindak/II/2010. Koperasi Tani Mertanadi berfungsi sebagai koperasi tani yang bergerak di bidang pengembangan asparagus dimana koperasi menyediakan bibit, memfasilitasi petani, dan memasarkan hasil dari produk asparagus. Koperasi Tani Mertanadi beralamat di jalan Br. Bukian, Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Jarak dari ibu kota Kabupaten Badung \pm 45 km dengan waktu tempuh \pm 1 jam. Jenis bantuan yang pernah didapat adalah bantuan Hibah Bansos pada tahun 2014. Koperasi tani mertanadi bekerja sama dengan pemda Kabupaten Badung, OVOP Taiwan Dan Pemerintah Pusat Lewat Kementerian Koperasi. Dengan adanya kerja sama ini Koperasi Tani Mertanadi mendapat bibit dari Taiwan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014. Setelah tahun berikutnya bibit diberikan oleh pemda tingkat II Kabupaten Badung. Yang selanjutnya anggota mengambil di koperasi untuk ditanam, anggota koperasi tidak dibatasi pemberian bibit (pohon) tergantung luas lahan yang dimiliki anggota koperasi.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu/kualitas, penampilan (*features*), pilihan yang ada (*options*), gaya (*styles*), merek (*brand names*), pengemasan (*packaging*), ukuran (*sizes*), jenis (*product lines*), macam (*product items*), jaminan (*warranties*), dan pelayanan (*services*). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan (Kotler, 2002).

Produk asparagus yang dihasilkan oleh Koperasi Tani Mertanadi adalah produk segar yang memiliki kualitas grade super, grade A, B, C, dan grade KW. Koperasi Tani Mertanadi membagi kualitas produknya yang dilihat dari bentuk, ukuran asparagus dan ada tidaknya cacat pada produk asparagus. Produk segar asparagus terdiri dari kemasan 100 gram s.d. 500 gram, banyaknya tergantung dengan ukuran asparagus, apabila ukurannya besar maka asparagus lebih sedikit isinya dan sebaliknya jika ukurannya kecil akan lebih banyak isinya. Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa produk asparagus dapat dibagi menjadi lima kualitas berdasarkan ukuran masing-masing.

Tabel 1. Jenis Produk Asparagus

No	Jenis	Ukuran
1	Grade Super	10 mm
2	Grade A	8 – 9 mm
3	Grade B	6 – 8 mm
4	Grade C	4 – 6 mm
5	Grade KW	< 4 mm

Sumber : Data Primer

Pengemasan produk asparagus yang dilakukan oleh Kelompok Tani Mertanadi ini dikemas dalam kemasan plastik dan dimasukkan dalam kotak styrofoam. Dalam pengiriman produk asparagus ke

konsumen dilakukan pada pagi hari dengan menggunakan mobil box yang berisikan pendingin. Ini bertujuan agar produk asparagus tetap dalam keadaan yang segar sebelum menuju pasar sasaran.

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan (Assauri, 2010)

Pada penelitian ini harga asparagus pada Koperasi Tani Mertanadi berkisar antara Rp 25.000 s.d. Rp 80.000. Penentuan harga ditentukan menurut masing-masing grade dan harga yang terendah diberikan pada produk asparagus grade KW seperti yang tercantum pada Tabel 2.

Tabel 2. Harga Asparagus

No	Jenis	Harga (Rp)
1	Grade Super	80.000
2	Grade A	60.000
3	Grade B	50.000
4	Grade C	40.000
5	Grade KW	25.000

Sumber : Data Primer

Pada Koperasi Tani Mertanadi menentukan harga jual produk asparagus berdasarkan pertimbangan biaya produksi dari awal sampai memasarkan ke pasar sasaran. Pemberian harga disesuaikan berdasarkan dengan grade asparagus, apabila gradenya super harga yang diberikan lebih tinggi daripada grade yang lain (grade A,B,C dan KW).

Menurut Kotler (2002), Saluran distribusi merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam hal menempatkan barang dan melancarkan arus barang dari produsen ke konsumen. Distribusi barang dari produsen sampai ke konsumen akhir tidaklah mudah untuk dilakukan tanpa adanya lokasi yang memadai. Saluran distribusi yang dilakukan oleh Koperasi Tani Mertanadi yaitu ke supermarket dan restoran antara lain seperti pepito, pepaya restoran, bintang budi swalayan, tiara dewata. Saluran distribusi yang dilakukan diluar Bali terdapat 2 suplayer yaitu PT. SAB dan Cibadak Agri Jakarta.

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi yang merupakan salah satu acuan bauran pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan. Dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan efektifnya rencana pemasaran yang disusun, maka perusahaan haruslah menetapkan dan menjalankan strategi promosi yang tepat (Assauri, 2010). Promosi yang dilakukan oleh Koperasi Tani Mertanadi adalah *door to door* seperti ketemu langsung dengan

konsumen, melalui internet dengan website OVOP dan mengikuti pameran-pameran dengan membuka stand-stand di beberapa kota di Indonesia seperti Denpasar, Jakarta, Surabaya, Makasar dan Jogjakarta.

Kendala-kendala yang dihadapi dalam penyediaan *Asparagus* seperti adanya penyakit yang diakibatkan oleh bakteri dan jamur pada tanaman *Asparagus*. Kondisi ini terjadi karena faktor cuaca yang tidak memenuhi, seperti curah hujan yang sulit diprediksi. Selain itu harga berfluktuasi, dimana pada saat kelebihan stok harga sangat merosot dan belum ada alat penyimpanan stok yang memadai serta kebutuhan konsumen tidak menentu.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan oleh Koperasi Tani Mertanadi yaitu produk *Asparagus* yang dihasilkan terdapat 5 jenis grade yaitu Grade Super, Grade A, B,C dan KW, harga *Asparagus* didasarkan atas grade mulai dari Rp 25.000 s.d. Rp 80.000, saluran distribusi yang dilakukan ke supermarket, restoran dan suplayer, promosi yang dilakukan melalui internet, *door to door* dan mengikuti pameran dengan membuka stand – stand di Bali maupun diluar Bali. Permasalahan yang dihadapi yaitu berkaitan dengan hama dan penyakit serta harga yang berfluktuasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan sebagai berikut yaitu perlu adanya tambahan tempat penyimpanan agar dapat menyimpan stok disaat adanya tambahan permintaan dari konsumen. Adanya cara pemberantasan hama dan penyakit sehingga dapat menjaga kualitas daripada produk itu sendiri. Perlu adanya promosi yang lebih luas sehingga produk *Asparagus* ini lebih dikenal oleh masyarakat luas serta perlu adanya mitra bisnis.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2011. *Budidaya Tanaman Asparagus dan Pelatihan*. ICDF.Taiwan
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Swee Hong, Siew Meng, Chin Tiong. 1996. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta : Prenhallindo
- Rukmana. Rahmat. 1994. *Budidaya Asparagus*. Yogyakarta : Kanisius
- Susetyo, Wawan. 2015. *Sukses Bertanam Asparagus, Prospek Usaha Bagus* (Edisi Pertama) Pustaka Baru Press. Yogyakarta. Revisi. Raja Grafindo Persada. Jakarta