

Strategi Pemasaran Buah Naga Saat Panen Raya (Study Di Desa Majingklak Kecamatan Wanareja)

Hasan Muzaki

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUGHA Cilacap

Email: muzakihasan@gmail.com

Abstrak

Desa Majingklak Kecamatan Wanareja merupakan sebuah desa di wilayah sebelah barat Kabupaten Cilacap dengan kondisi tanah yang subur dan panorama alam yang indah. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, salah satu komoditi pertaniannya adalah buah naga. Buah naga dalam beberapa tahun ini menjadi iconic dari desa tersebut. Hsetiap dusun di Desa majingklak penduduknya ada yang menanam buah naga. Saat musim panen raya petani memiliki beberapa strategi pemasaran untuk memasarkan buah naganya. Beberapa strategi tersebut diantaranya \strategi petik langsung dikebun, strategi menjaga kualitas buah, strategi mengikuti event-event tertentu , strategi wisata serta pemasaran door to door ke daerah sekitar serta penjualan online ke pembeli secara langsung. Selain itu petani juga melakukan penjualan langsung kepada para pedagang dan bandar buah yang banyak datang ke daerah tersebut.

Kata kunci: *Majingklak, Buah Naga, Strategi Pemasaran*

Abstract

Majingklak Village, Wanareja District, is a village in the western region of Cilacap Regency with fertile soil and beautiful natural panoramas. Most of the population makes a living as farmers, one of the agricultural commodities is dragon fruit. In recent years, dragon fruit has become an icon of the village. Every hamlet in Majingklak Village has residents who grow dragon fruit. During the harvest season, farmers have several marketing strategies to market their dragon fruit. Some of these strategies include a direct picking strategy from the garden, a strategy for maintaining fruit quality, a strategy for participating in certain events, a tourism strategy and door to door marketing to the surrounding area as well as online sales to buyers directly. Apart from that, farmers also sell directly to fruit traders and dealers who often come to the area

Keywords: *Majingklak, Dragon Fruit, Marketing Strategic*

Pendahuluan

Desa Majingklak merupakan sebuah desa yang dinugerahi Tuhan tanah yang subur dan udara yang masih cukup segar. Walaupun terletak di dataran rendah tetapi sebagian besar wilayahnya meupakan bukit-bukit kecil atau pegunungan

Hasan Muzaki

Strategi Pemasaran Buah Naga Saat Panen Raya (Study Di Desa Majingklak Kecamatan Wanareja)

dengan ketinggian dibawah 1000 mdpl. Kondisi geografis tersebut menyebabkan sebagian penduduknya tinggal disii tebing-tebing yang telah dibut terasering sehingga nyaman untyuk ditinggali. Selain itu juga hal tersebut menjadikan Desa Majingklak cocok untuk pertanian dan perkebunan. Salah satu hasil daripada pertanian adalah buah naga.

Buah naga tumbuh subur dan menjadi tanaman yang sebagian besar penduduknya menanam pohon tersebut. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di desa majingklak terdapat sekitar 15.000 lebih pohon buah naga. Dimana dari satu buah pohon sat panen bisa menghasilkan lebih dari satu kg buah naga. Kalo secara matematis dapat diketahui bahwa saat panen raya jumlah buah naga cukup melimpah. Tetapi terdapat fenomena cukup menarik yaitu mereka mempertahankan harga diatas pasar. Sebagai contoh pada saat panen raya buah naga harga buah naga satu kg nya dipasar dibawah Rp.10.000,- , tetapi dipetani desa majingklak mereka mempertahankan harga Rp.10.000,- keatas bahkan sampai Rp.15.000,-. Hal ini menarik penulis untuk melakukan kajian lebih mendakam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh para petani sehingga mereka bisa menjual buahnya kepada para konsumen dan konsumen malah senang tidak kapok untuk tetap membeli buah naga langsung dipetani yang harganya lebih mahal.

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, mengolah data dan menyampaikan atau mempresentasikan hasilnya. Cara yang dilakukan adalah menggunakan cara ilmiah untuk mendapatkan sata dengan tujuan tertentu. Cara ilmiah ini biasanya bersifat rasional, empiris dan sistematis. Pada penelitian ini menggunakan metode (pendekatan) deskripsi-kualitatif untuk mengkaji dan menelaah permasalahan dalam penelitian ini. Dimana focus daripada penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi pemasaran buah naga yang dilakukan oleh para petani pada saat musim panen raya sehingga mereka bisa bertahan ditengah gempuran buah sejenis dari berbagai daerah.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan langsung dilapangan dan wawancara ke beberapa narasumber baik dari sisi petani maupun konsumennya.

Sehingga keterangan yang didapatkan berimbang tidak hanya dari satu sisi. Hal ini juga sekaligus validasi secara langsung terhadap kebenaran informasi yang disampaikan. Selain dariapda data primer tersebut, penulis juga menggunakan data skunder yaitu literasi-litaerasi tertulis baik dalam jurnal atau buku-buku tentang pemasaran yang memuat berbagai macam teori pemasaran dan hasil penelitian sejenis. Ini sebagai pembanding antara kenyataan dilapangan dengan teori-teori yang ada.

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil observasi yang dilakukan di Desa Majingklak Kecamatan Wanareja dengan obyek penelitian tentang strategi pemsaran buah naga pada saat panen raya didapati beberapa hasil sebagai berikut:’

1. Strategi petik langsung dikebun

Buah-buahan akan terasa nikmat dan segar kalau masih baru petik, secara rasa dan tampilan akan berbeda ketika buah tersebut telah lama dipetik dan dikemas. Hal ini juga dimanfaatkan oleh para petani buah naga di desa majingklak sebagai salah satu strategi dalam memasarkan hasil pertanian buah naganya. Setiap pengunjung bisa bebas meilih buah yang telah matang untuk dipetik kemudian ditimbang untuk langsung dinikmati dikebun atau dibawa pulang sebagai oleh-oleh.

2. Strategi menjaga kualitas Buah.

Salah satu pertimbangan mengkonsumsi buah selain daripada manfaat buah yang begitu banyak adalah kualitas buah tersebut. Kualitas buah tercermin daripada bentuk, keadaan buah, ukuran buah dan rasa buah tersebut. Dari hasil wawancara dengan beberapa pengunjung, mereka mengatakan bahwa buah naga dari petani majingklak rasanya lebih segar dan manis. Selain itu juga pengunjung bisa memilih langsung ukuran buah sesuai selera meraka masing-masing. hal ini terjadi salah satunya karena ukuran buah variatif, ada yang besar, sedang dan kecil. Sementra itu dari sisi petani buah naga saat dimintai keterangan bagaimana cara menjaga kualitas buah agar tetap baik , rasanya lebih manis dan segar mereka menjelaskan sebagai berikut.

Hasan Muzaki

Strategi Pemasaran Buah Naga Saat Panen Raya (Study Di Desa Majingklak Kecamatan Wanareja)

- a) Dalam pemeliharanya mereka mengutamakan pupuk kandang atau pupuk organik.
- b) Membersihkan area sekitar tanaman daripada rumput liar yang akan mengganggu terhadap kesuburan pohon.
- c) Pohon buah naga ditanam di tanah yang cenderung memiliki kemiringan tertentu sehingga sirkulasi udara yang cukup, sinar matahari yang cukup dan perairan yang baik.
- d) Untuk mencegah dan mengatasi hama juga mengutamakan organik sehingga akan berpengaruh langsung terhadap kualitas buah.

Dari beberapa strategi tersebut didapatkan hasil buah yang memiliki kualitas cukup baik sehingga dapat bersaing dipasaran.

3. Strategi melalui event-event.

Buah naga dari desa majingklak telah terkenal di daerah Cilacap dan sekitarnya, hal ini karena distribusi daripada buah tersebut yang sudah tersebar ke sebagian masyarakat. Pemerintah sering mengadakan event-event tertentu untuk menjembatani para pelaku usaha dan UMKM dalam memasarkan produknya. Disinilah beberapa petani yang ada mengikuti event-event tersebut dalam rangka memperkenalkan buah naga sebagai komoditasnya. Dalam mengikuti event tersebut perwakilan daripada petani buah naga menampilkan dan memasarkan buah naga tersebut. Event-event tersebut tidak hanya bersifat lokal tetapi juga ada yang bersifat nasional. Sebagai desa yang berlokasi dekat sekali dengan propinsi Jawa Barat, petani desa majingklak juga sering diundang saat ada event-event di propinsi tersebut

4. Strategi Wisata

Desa Majingklak yang secara umum terdiri dari bukit-bukit kecil memiliki panorama alam yang terbilang masih alami dan udara yang masih segar. Keramahan penduduknya serta budaya mereka yang masih menjaga tradisi membuat desa ini layak untuk dijadikan cikal bakal desa wisata. Sebagian besar buah naga ditanam dalam perkebunan dilekang bukit-bukit disekitar perumahan warga. Hal ini menyajikan pemandangan yang begitu indah sehingga mengundang orang untuk berwisata sambil menikmati buah naga. Pengunjung akan disajikan panorama yang

indah, sehingga memetik buah naga bisa sambil berfoto baik selfie ataupun bersama keluarga dan orang-orang tercinta. Beberapa pengunjung yang peneliti temui mengaku ke kebun naga ini selain ingin membeli buah naga tetapi juga ingin refreshing bersama keluarga. Selain daripada rombongan keluarga juga ada rombongan dari beberapa dinas pemerintahan di wilayah kabupaten Cilacap dan Kabupaten Ciamis Jawa Barat. Bahkan salah satu kebun milik warga telah mendapat bantuan dari pemerintah dan CSR dari PLN. Hal ini membuktikan bahwa kebun naga di wilayah Desa Majingklak memiliki potensi yang cukup baik untuk bisa dikembangkan menjadi Agro wisata.

5. Strategi *door to door*

Petani buah naga di Desa Majingklak juga memasarkan buahnya ke sekitar wilayah Wanareja, Majenang dan Ciamis. Mereka menjual secara langsung rumah-ke rumah ataupun membuka lapak ditempat tertentu yang ramai akan aktifitas orang. Hal ini biasanya dilakukan oleh petani yang menanam pohon buah naga dalam jumlah tidak terlalu banyak.

6. Penjualan *online*

Perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat teknik pemasaran semakin beragam. Walau hidup dipedesaan buak berarti para warga masyarakatnya gagap teknologi. Para anak dari petani buah naga ini, memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk membantu memasarkan buah naga kepada konsumen. Mereka memasarkan via media-media online yang ada. Hal ini sangat membantu bahkan memiliki prospek yang luar biasa karena via media onlien ini informasi begitu cepat menyebar dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun.

Beberapa strategi tersebut adalah strategi secara umum yang mereka lakukan dalam memasarkan komoditasnya yaitu buah naga. Selain daripada strategi-strategi di atas, para petani juga menjual langsung ke pedagang atau bandar buah selama terjadi kesepakatan harga diantara mereka.

Simpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara umum petani memiliki beberapa strategi dalam memasarkan buah naganya saat musim panen

Hasan Muzaki

Strategi Pemasaran Buah Naga Saat Panen Raya (Study Di Desa Majingklak Kecamatan Wanareja)

raya. Beberapa strategi tersebut diantaranya \strategi petik langsung dikebun, strategi menjaga kualitas buah, strategi mengikuti event-event tertentu, strategi wisata serta pemasaran *door to door* ke daerah sekitar serta penjualan *online*. Sebagai sebuah usaha pemasaran buah naga juga memiliki hambatan dan kendala yaitu

Daftar Pustaka

- Muzaki, Hasan. (2019). *Pengantar Ekonomi*. Ihya Media, Cilacap.
- Nurcholis, Hanif. (2011). *Pertumbuhan dan penyelenggaraan pemerintahan desa*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmat Krisyantono, (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikas*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono.. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : Alfabet.
- Suharto, G Didik. (2016). *Membangun Kemandirian Desa*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Swastha Dharmmesta, Basu (2018), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, Cetakan ke 7, BPFE : Yogyakarta
- Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Sun, Jakarta.