

BAURAN PEMASARAN DAN PENDAPATAN POLONG VANILI KERING DI UD. SEKAWAN LIMO, KETAPANG, KALIPURO, BANYUWANGI

Steffan Albert Yoni De Vega ¹, Oktaviani Permatasari ²

^{1,2} Universitas Mayjen Sungkono

email : stalbyoniedev@gmail.com

Abstract

Vanilla is an attractive alternative commodity that can be cultivated in the Banyuwangi Regency area. As one of the businesses with vanilla commodities, UD. Sekawan Limo applies the 4P mix to explore the export vanilla pod market. The results showed that, despite applying conventional methods, and being independent, the full control exercised by UD. Sekawan Limo is able to generate a profit of IDR 83,000,000 per year with optimal business efficiency as shown by the R/C ratio of 1.75. As one of the new businesses engaged in vanilla commodities, this is a good first step. However, over time, applicable methods for running business operations need to be varied given the large economic value of vanilla which also invites complexity and challenges.

Keywords: *Vanilla, Marketing Mix, Income, R/C Ratio*

1. PENDAHULUAN

Vanili merupakan salah satu komoditas perkebunan yang banyak di budidayakan di Indonesia karena habitat iklimnya yang tropis. Dengan menggunakan teknik budidaya yang khusus, vanili juga masuk kedalam subsektor hortikultura. Vanili juga merupakan kunci bahan baku utama dalam sektor industri untuk menciptakan olahan produk bernilai jual tinggi (Abdat, Santoso and Nurfadillah, 2022; Timburas, Pinaria and Lengkong, 2023).

Budidaya vanili di Banyuwangi menjadi pilihan menarik bagi masyarakat sekitar karena potensi ekonomi yang besar, baik pada skala lokal maupun internasional. Dengan iklim tropis yang cocok untuk pertumbuhan tanaman vanili, Banyuwangi menjadi salah satu wilayah di Indonesia yang memberikan peluang budidaya vanili secara optimal. Adanya dukungan pemerintah yang kompleks, menjadikan vanili sebagai komoditas alternatif usaha pertanian, sehingga mengurangi ketergantungan pada komoditas lain dengan harga yang kurang stabil. Adanya dukungan pemerintah juga turut menumbuhkan pelaku agribisnis atau agroindustri baru dengan komoditas unggulan vanili beserta produk olahan turunannya. Hal ini didapati sebagaimana UD. Sekawan Limo yang baru saja sekitar empat tahun menjalankan usaha dengan vanili sebagai komoditas utama, serta polong vanili kering sebagai luaran produk utamanya. Penjajakan bisnis baru yang dilakukan oleh UD. Sekawan Limo memerlukan perhatian khusus agar bisnis yang dijalankan dapat terus eksis.

Meskipun vanili memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan daya saing di tingkat pasar internasional, hal ini tentu tidak luput dari tantangan yang ada. Tantangan-tantangan tersebut dapat dijadikan sebagai landasan bagi para pelaku usaha baru yang menggeluti komoditas vanili agar tetap dapat bertahan (Abdat, Santoso and Nurfadillah, 2022; Timburas, Pinaria and Lengkong, 2023). Oleh sebab itu kajian dasar terkait analisis pemasaran dan biaya terhadap

usaha di bidang vanili, terutama pada UD. Sekawan Limo perlu dilakukan sebagai bentuk preventif untuk menghadapi pasar vanili yang lebih luas.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Vanili

Vanili (*Vanilla Planifolia*) adalah salah satu komoditas pertanian yang bernilai ekonomi tinggi secara signifikan di kalangan industri, terutama industri makanan, kosmetik dan parfum. Indonesia merupakan produsen vanili atau “Emas Hijau” terbesar kedua setelah Madagaskar yang mampu bersaing di pasar internasional. Di Indonesia, vanili banyak di budidayakan dan sekaligus memiliki banyak tantangan seperti minimnya produksi, hingga isu-isu penurunan kualitas produk vanili (Abdat, Santoso and Nurfadillah, 2022; Timburas, Pinaria and Lengkong, 2023).

2.2. Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan strategi penting yang dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Analisis bauran pemasaran yang diterapkan pada suatu produk mampu menjadi daya tarik konsumen terkait nilai-nilai rasional yang terkandung pada atribut produk, seperti harga, lokasi dan promosi. Bauran pemasaran yang mengkaji 4P secara kompleks dapat mendorong peningkatan peluang pasar serta memberikan nilai tambah dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk tertentu (Kanisius Wangge and Noni, 2021).

2.3. Pendapatan

Secara umum, pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan dan total biaya dalam suatu proses bisnis. Pendapatan usaha merupakan suatu cerminan efisiensi dan profitabilitas yang dipengaruhi oleh faktor biaya, cakupan produksi hingga penentuan harga jual suatu produk. Pendapatan dapat dikatakan sebagai indikator kinerja bisnis yang berperan sebagai penentu kelayakan usaha dalam memenuhi hal-hal yang berkaitan dengan finansial sebagaimana pembayaran, biaya operasional, investasi hingga keuntungan (Hardianty et al., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan bauran pemasaran 4P terhadap pendapatan usaha. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja di UD. Sekawan Limo, Desa Ketapang, Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Lokasi penelitian diambil dengan pertimbangan bahwa usaha yang dijalankan oleh UD. Sekawan Limo masuk kedalam kategori bisnis baru dan memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Selain itu, alasan lain seperti pengelolaan usaha vanili yang mandiri dan dijalankan secara konvensional juga menjadikan pertimbangan lain untuk memilih lokasi penelitian ini. Dengan demikian, data yang digunakan dalam hal ini seluruhnya adalah data primer yang didukung dengan beberapa data sekunder terutama dari pembukuan UD. Sekawan Limo.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekawan Limo merupakan salah satu Unit Dagang (UD) yang memiliki komoditas unggulan vanili kering dalam bentuk polong berkualitas. UD. Sekawan Limo telah berdiri selama 4 tahun sejak tahun 2020 yang di prakarsai oleh Bapak Heri Yuswanto. UD. Sekawan Limo didirikan pada masa pandemi covid-19, dimana segala aktivitas sosial menjadi sebuah batasan. Pada *green house* berukuran 121m², dengan media tanam seluas 100m², vanili jenis *Planifolia* dibudidayakan. Segala bentuk aktivitas terkait budidaya, hal ini dilakukan secara mandiri oleh Bapak Heri Yuswanto dan anggota keluarganya sebanyak 4 orang. Pembatasan sosial yang diberlakukan sejak pandemi covid-19 menjadikan UD. Sekawan Limo mampu membudidayakan vanili secara optimal hingga menghasilkan produk akhir berupa polong kering yang berkualitas. Hal ini dapat tercipta karena pengelolaan mandiri yang dilakukan mampu menciptakan komitmen untuk menghasilkan kualitas yang sesuai dengan permintaan pasar.

Budidaya vanili pada *green house* UD. Sekawan Limo, dilakukan dengan menerapkan praktik pertanian berkelanjutan. Setiap tahapan mulai dari awal penanaman hingga perawatan dilakukan secara tepat dan terukur guna menghasilkan polong vanili berkualitas tinggi sebagaimana, aroma, tekstur dan rasa yang khas. Begitu juga dengan proses *pasca* panen. Hal ini dibuktikan pada masa panen pertama yang dilakukan oleh UD. Sekawan Limo di tahun 2024 yang mampu memproduksi polong vanili dan menjangkau pasar vanili dengan baik. Meskipun dalam jumlah produksi yang terbatas, sekitar 60 kg polong vanili kering pada musim panen tahun pertama, namun dengan komitmen yang dilakukan oleh UD. Sekawan Limo tidak menutup kemungkinan, dapat memasok polong vanili kering dalam jumlah besar di tahap selanjutnya. Hal ini dibuktikan oleh respon dari konsumen (Industri) yang telah membeli beberapa sampel hasil produksi polong vanili kering dari UD. Sekawan Limo. Oleh sebab itu, awal yang baik tersebut menjadikan UD. Sekawan Limo berupaya untuk melakukan ekspansi, mulai dari produksi hingga distribusi.

4.1. Bauran Pemasaran Vanili

Sub bab ini akan membahas bauran pemasaran vanili, yang meliputi elemen-elemen penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk vanili di pasar domestik maupun internasional. Pembahasan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan berbagai aspek pemasaran, seperti produk, harga, distribusi, dan promosi, guna mencapai keberhasilan dalam pemasaran vanili.

1. *Product* (Produk)

Polong vanili kering merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari tanaman vanili dengan nilai ekonomi yang tinggi. Polong vanili kering banyak digunakan dalam Industri makanan, minuman hingga kosmetik. Produk polong vanili yang dihasilkan oleh UD. Sekawan Limo dinilai memiliki kualitas tinggi oleh beberapa konsumen (Industri) baru, mulai dari bentuk polong yang ideal panjang sekitar 16-19cm, dengan tingkat kelembapan polong yang baik, dan memiliki kandungan vanillin yang tinggi sekitar 1,8% - 2,6% dari berat kering polong (Brunschwig *et al.*, 2016). Produk polong kering yang dihasilkan melalui proses *pasca* panen mandiri, mulai dari fermentasi, pengeringan dan lain sebagainya, mampu mendapatkan kualitas polong kering vanili yang baik (Baharudin *et al.*, 2023) Oleh sebab itu, UD. Sekawan Limo dapat dikatakan memiliki produk unggulan berkualitas tinggi yang mampu merespon pasar dengan baik.

2. Price (Harga)

Polong vanili kering yang diproduksi oleh UD. Sekawan Limo mencapai harga sebesar Rp.1.350.000., rupiah per kilogram dengan mekanisme tanpa pengiriman atau ambil ditempat. Harga yang ditawarkan oleh UD. Sekawan Limo dapat dikatakan wajar dan *reasonable* dengan kualitas produk yang setara. Sehingga mampu menciptakan keputusan pembelian konsumen tanpa ragu (Nuzulah and Hariasih, 2024). Indikator harga tersebut didasarkan pada kualitas polong vanili kering di pasaran, dimana kualitas vanili kering yang ditawarkan oleh UD. Sekawan Limo, termasuk dalam kategori *grade A*, dengan rentang harga Rp.1.000.000.,-Rp.1.500.000.,

3. Place (Tempat / Lokasi)

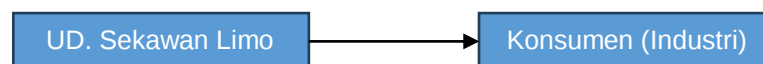
UD. Sekawan Limo tidak memiliki tempat khusus untuk melakukan penjualan atau pemasaran produk polong vanili kering. Namun UD. Sekawan Limo menggunakan Lokasi pribadi seperti rumah yang dilengkapi dengan *greenhouse* disekitar sebagai tempat penjualan sekaligus produksi. Di sisi lain, UD. Sekawan Limo juga menerapkan saluran distribusi langsung atau saluran nol tingkat tanpa manajemen logistik yang kompleks. Dalam arti lain, UD. Sekawan Limo mengandalkan konsumen untuk datang langsung ke tempat penjualan atau tempat produksi, sehingga tidak terdapat perantara. Di sisi lain, konsumen dapat berinteraksi secara langsung dengan produsen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan margin keuntungan (Arga Ramadhana, 2022).

4. Promotion (Promosi)

Saat ini, UD. Sekawan Limo menerapkan metode pemasaran polong vanili secara konvensional. Metode konvensional yang dimaksud adalah metode pemasaran yang mengandalkan jaringan relasi (Maulidah, Koestiono and Vindari, 2017). Kemudian mendatangi konsumen-konsumen terutama Industri dan memperkenalkan hasil produk polong vanili kering yang dimilikinya dengan beberapa sampel. Dalam pemasaran konvensional, UD. Sekawan Limo juga menekankan bahwa produk yang dihasilkannya telah menerapkan pertanian berkelanjutan dan pemasaran hijau, meskipun belum 100%, namun hal ini juga dapat dijadikan sebagai faktor penguat promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

4.2. Saluran Pemasaran Vanili

UD. Sekawan limo mengimplementasikan strategi integrasi vertical dalam mengontrol rantai pasokan produk polong vanili kering. Mulai dari budidaya, produksi, hingga distribusi sehingga memiliki kontrol penuh terhadap kualitas produk. Berdasarkan penjelasan pada poin *place*, pada sub pembahasan bauran pemasaran, dapat diketahui bahwa UD. Sekawan Limo memangkas pedagang perantara dalam memasarkan produknya secara langsung (Arga Ramadhana, 2022).



Gambar 1. Saluran Pemasaran Nol Tingkat Produk Polong Vanili Kering

Sumber: Data Primer (2024)

memasarkan produknya, mampu membangun hubungan baik dengan konsumen atau pelanggan. Di sisi lain, strategi yang diterapkan juga dapat meningkatkan efisiensi operasional

UD. Sekawan Limo sekaligus profitabilitas usaha yang dijalankannya (Rachmawan *et al.*, 2022).

4.3. Pendapatan UD. Sekawan Limo

Analisis yang dilakukan untuk mengkaji pendapatan UD. Sekawan Limo didasarkan pada perhitungan per tahun. Dengan demikian hasil perhitungan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Biaya

a. Biaya Tetap

No.	Deskripsi	Biaya	Usia	Penyusutan
1.	Greenhouse (rangka, plastik UV, paranet)	Rp.40.000.000	5 th	Rp. 8.000.000
2.	Tiang / kawat penopang	Rp. 3.000.000	10 th	Rp. 300.000
3.	Sistem irigasi tetes	Rp. 4.000.000	5 th	Rp. 800.000
4.	Bibit vanili 300 tanaman	Rp.15.000.000	10 th	Rp. 1.500.000
Jumlah				Rp.10.600.000

Sumber: Data Primer (2024)

b. Biaya Variabel

No.	Deskripsi	Biaya	Pengali	Penyusutan
1.	Pemupukan			
	Pupuk organik	Rp. 250.000	1 th	Rp. 3.000.000
	Pupuk tambahan	Rp. 120.000	1 th	Rp. 1.200.000
2.	Tenaga Kerja			
	Tenaga kerja internal 4 orang (mulai dari budidaya, perawatan hingga pengeringan)	Rp. 1.500.000	1 th	Rp. 72.000.000
3.	Listrik			
	Penerangan, air dll	Rp. 500.000	1 th	Rp. 6.000.000
4.	Pengendalian HPT			
	Pestisida nabati	Rp. 300.000	1 th	Rp. 3.600.000
	Perawatan tambahan	Rp. 500.000	1 th	Rp. 6.000.000
5.	Maintenance Greenhouse			
	Perawatan greenhouse	Rp. 450.000	1 th	Rp. 5.400.000
	Lain-lain	Rp. 300.000	1 th	Rp. 3.600.000
Jumlah				Rp.100.800.000

Sumber: Data Primer (2024)

c. Jumlah Biaya Keseluruhan

$$\begin{aligned}
 \text{TC} &= \text{FC} + \text{VC} \\
 &= \text{Rp. 10.600.000} + \text{Rp. 100.800.000} \\
 &= \text{Rp. 111.400.000}
 \end{aligned}$$

2. Penerimaan

UD. Sekawan Limo mampu menghasilkan polong vanili basah rata-rata 2,4kg per tanaman atau sekitar 720kg per 300 tanaman. Pada umumnya, untuk menghasilkan polong vanili

kering, memerlukan proses fermentasi, penjemuran serta pengeringan yang mampu mengurangi 80% dari berat polong vanili basah, sehingga menyisakan sekitar 20% dari berat aslinya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditarik Kesimpulan bahwa UD. Sekawan Limo dapat memproduksi sekitar 144kg polong vanili kering, dengan harga jual per kg adalah sebesar Rp. 1.350.000. Dengan demikian, maka penerimaan dapat dihitung sebagaimana berikut:

$$\begin{aligned} TR &= P \times Q \\ &= \text{Rp. } 1.350.000 \times 144\text{kg} \\ &= \text{Rp. } 194.400.000 \end{aligned}$$

3. Pendapatan

Berdasarkan jumlah penerimaan yang diperoleh, maka pendapatan yang diterima dalam musim produksi per tahun adalah sebesar:

$$\begin{aligned} I &= TR-TC \\ &= \text{Rp. } 194.400.000 - \text{Rp. } 111.400.000 \\ &= \text{Rp. } 83.000.000 \end{aligned}$$

4. R/C Rasio

Dengan demikian maka, R/C Rasio yang muncul berdasarkan keseluruhan perhitungan diatas adalah sebesar 1,75. Dengan demikian usaha produksi polong vanili kering yang dilakukan oleh UD. Sekawan Limo dapat dikatakan menguntungkan, karena pendapatan yang diterima lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan (Nugroho and Mas'ud, 2021).

5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

UD. Sekawan Limo menjalankan usaha produksi polong vanili kering dengan cara konvensional untuk memastikan kualitas produk yang dihasilkan dari hasil panen vanili berupa polong vanili basah. Berdasarkan analisis 4P, UD. Sekawan Limo juga berupaya untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen (industri) terhadap hasil produksi polong vanili kering melalui transparansi penjualan yang dilakukan melalui saluran pemasaran nol tingkat. Di sisi lain, aktivitas usaha yang dijalankan oleh UD. Sekawan Limo juga tergolong efisien dengan tingkat R/C Rasio >1,5 atau sebesar 1,75. Dengan konsistensi yang tinggi dalam menjalankan usaha, hal ini merupakan awal yang baik bagi UD. Sekawan Limo untuk bersaing secara kompetitif dengan menjajaki segmentasi pasar vanili secara luas.

Seiring dengan berjalannya waktu, UD. Sekawan Limo perlu mempertimbangkan diversifikasi produk agar dapat menjangkau segmentasi pasar vanili secara lebih luas. Di sisi lain, UD. Sekawan Limo juga perlu mempertimbangkan adopsi teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha. Meskipun cara konvensional terbukti telah membuahkan hasil, namun hal ini tentu tidak dapat diandalkan dalam jangka waktu yang lama, mengingat kompleksitas dan dinamika pasar terus berubah. Selain itu, UD. Sekawan Limo juga perlu memantau perkembangan usaha yang dijalankan secara sistematis. Sehingga konsistensi yang dijalankan tidak hanya pada *on farm* saja, namun juga pada pembukuan..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdat, H.S., Santoso, S.I. And Nurfadillah, S.N. (2022) ‘Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia Di Pasar Internasional Competitiveness Of Indonesian Vanilla Commodities In The International Market’, 6(April 2021), Pp. 1084–1097.
- Arga Ramadhana (2022) ‘Saluran Distribusi Tahu Pada Industri Tahu Tempe Bintang Salma Papua Barat’, *Jurnal Agribisnis*, 24(2), Pp. 336–340. Available At: <https://doi.org/10.31849/Agri.V24i2.9366>.
- Baharudin Et Al. (2023) ‘Kajian Potensi Komoditas Vanilla Indonesia Di Pasar Internasional’, *Prospek Agribisnis*, 2(2020), Pp. 108–121. Available At: <https://jurnal.unpad.ac.id/prospekagribisnis/article/view/51631>.
- Brunschwig, C. Et Al. (2016) ‘Volatile Composition And Sensory Properties Of Vanilla ×Tahitensis Bring New Insights For Vanilla Quality Control’, *Journal Of The Science Of Food And Agriculture*, 96(3), Pp. 848–858. Available At: <https://doi.org/10.1002/jsfa.7157>.
- Hardianty, F. Et Al. (2022) ‘Keripik Pisang Di Kabupaten Enrekang’, *Wiratani : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5(1), Pp. 32–43.
- Kanisius Wangge, R. And Noni, S. (2021) ‘Strategi Bauran Pemasaran Sayuran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen’, *Jurnal Agribisnis*, 10(1), Pp. 53–59. Available At: <https://doi.org/10.32520/Agribisnis.V10i1.1523>.
- Maulidah, S., Koestiono, D. And Vindari, M. (2017) ‘Hubungan Pemasaran (Relationship Marketing) Agribisnis Beras Organik’, *Agriekonomika*, 6(2), P. 174. Available At: <https://doi.org/10.21107/Agriekonomika.V6i2.3080>.
- Nugroho, A.Y. And Mas’ud, A.A. (2021) ‘Proyeksi Bep, Rc Ratio Dan R/L Ratio Terhadap Kelayakan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Taoge Di Desa Wonoagung Tirtoyudo Kabupaten Malang)’, 2(1). Available At: <http://journal.stiekop.ac.id/index.php/komastie>.
- Nuzulah, F. And Hariasih, M. (2024) ‘Product Diversity, Price Perception, And Sales Promotion Impact On Customer Loyalty (Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan)’, *Journal Of Advances In Accounting, Economics, And Management*, 1(4), Pp. 1–16. Available At: <https://doi.org/10.47134/aaem.V1i4.242>.
- Rachmawan, A. Et Al. (2022) ‘Hasil Produksi Pertanian Di Desa Cicalengka , Tangerang-Banten’, *Dedikasi Pkm Unpam*, 3(1), Pp. 116–120.
- Timburas, R.D., Pinaria, A.G. And Lengkong, E.F. (2023) ‘The Effect Of Several Concentrations Of Growth Regulatory Substance (Zpt) Auxin Naa (Naphthalene Acetic Acid) On The Root Growth Of Vanila (Vanila Planifolia Andrew) Cuttings’, *Jurnal Agroekoteknologi Terapan*, 4(1), Pp. 67–73. Available At: <https://doi.org/10.35791/jat.V4i1.44100>.