

ANALISIS POTENSI DAYA SAING PEMASARAN PRODUK UNGGULAN PISANG MAS KIRANA

Nawangsih

STIE Widya Gama Lumajang
lovinawang@gmail.comJurnal Nusantara
Aplikasi Manajemen Bisnis<http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/management/index>

E-ISSN : 2528-0929

P-ISSN : 2549 - 5291

Diterima: 28 Agustus 2018

Revisi : 22 September 2018

Disetujui: 13 Oktober 2018

<https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12536>

Abstract

The horticultural development program in East Java aimed at increasing the production and quality of competitive superior products, developing products to support food diversification, promoting regional and national economic development, opening up to work employment opportunities, increasing foreign exchange income and farmers' and welfare. Banana is one of the leading horticultural products in Indonesia developed intensively to support the central government program in agriculture in sustainable development. Lumajang regency, one of the areas of banana-producing centers, produce various types of bananas of good quality. The research objectives are: to analyze the competitiveness potential of banana mas kirana product either competitively or comparatively and to know marketing strategy (4P) banana mas kirana superior product. Research methods is descriptive with qualitative approach. Technique of collecting data using interview, observation and documentation, sampling technique using purposive sampling, where informant research determined based on criterion in accordance with have been determined. Data analysis used stages consisting of: data collection, data reduction, data presentation, verification and conclusion. The result of the research shows that the competitiveness potential of kirana gold product is competitive or comparative is big enough, but there are still some things that need to be improved especially in terms of hatchery and processing that is still not standard among farmers. While the marketing strategy of 4P has been applied well, so that the superior product of banana mas kirana is favored and can be accepted by the consumers both from local and national, and become one of superior product from Lumajang Regency

Keywords: competitiveness, marketing, excellent product

Abstrak

Program pengembangan hortikultura di Jawa Timur ditujukan untuk meningkatkan produksi dan mutu produk unggulan yang berdaya saing, mengembangkan berbagai produk guna mendukung diversifikasi pangan, memajukan perkembangan ekonomi daerah dan nasional, membuka kesempatan untuk bekerja dan berusaha, meningkatkan pendapatan devisa serta peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani. Buah pisang merupakan salah satu produk hortikultura yang menjadi unggulan di Indonesia yang dikembangkan secara intensif untuk mendukung program pemerintah pusat di bidang pertanian dalam pembangunan berkelanjutan. Kabupaten Lumajang, merupakan salah satu daerah sentra penghasil pisang, yang menghasilkan beragam jenis pisang yang berkualitas baik. Tujuan penelitian adalah : untuk menganalisis potensi daya saing produk pisang mas kirana baik secara kompetitif maupun komparatif dan untuk mengetahui strategi pemasaran (4P) produk unggulan pisang mas kirana. Metode penelitian penelitian yang dilakukan berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dimana informan penelitian ditentukan berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan yang telah ditentukan. Analisis data yang digunakan dengan tahapan yang terdiri dari: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi daya saing produk mas kirana baik secara kompetitif maupun komparatif cukup besar, tetapi masih ada beberapa hal yg perlu ditingkatkan lagi terutama dari segi pembibitan dan pengolahan yang masih belum standar di kalangan petani. Sedangkan strategi pemasaran 4P sudah diterapkan dengan baik , sehingga produk unggulan pisang mas kirana disukai dan bisa diterima oleh konsumen baik dari dalam lokal maupun nasional, dan menjadi salah satu dari produk unggulan dari Kabupaten Lumajang

Kata kunci : daya saing, pemasaran, produk unggulan

PENDAHULUAN

Pembangunan dalam bidang pertanian memegang peranan sentral dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat, hal ini disebabkan sebagian besar masyarakat di Indonesia bekerja di sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama, keberadaan bidang pertanian mampu memberikan dukungan terhadap kemajuan kegiatan perekonomian, sekaligus sebagai penyedia pangan nasional.

Produk pertanian yang memiliki potensi cukup baik untuk bisa dikembangkan salah satunya adalah pisang. Pisang merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan yang memberikan kontribusi besar terhadap beragamnya produksi buah-buahan nasional. Tanaman pisang tersebar luas hamper di seluruh daerah. Beberapa jenis komoditas pisang yang memiliki potensi ekonomis tinggi dan disukai konsumen adalah pisang mas, selain dari bentuk buah yang menarik, manis dan beragam jenisnya, pisang mas termasuk jenis tanaman yang mudah beradaptasi dengan lingkungan sehingga mudah untuk dibudidayakan.

Salah satu sentra budidaya pisang berada di Jawa Timur, yaitu di Kabupaten Lumajang, tepatnya di Desa Kandang Tepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang. Jenis pisang yang menjadi komoditas unggulan dari daerah ini adalah pisang agung dan pisang mas kirana. Penghargaan yang didapatkan oleh pemerintah Kabupaten Lumajang berkaitan dengan pisang mas kirana ini antara lain: Sertifikat Prima-3 untuk kategori produk buah segar tahun 2009. Surat Keputusan Nomor 188.45/406/427.12/2006 tentang pisang mas kirana sebagai produk andalan Kabupaten Lumajang. SK Menteri Pertanian Nomor: 516/Kpts/SR/120/12/2005, sebagai varietas unggulan daerah. Penghargaan dari *Good Agricultural Proctice* (GAP) dari Union Belanda tahun 2013, karena pisang mas kirana dinyatakan berhasil dalam proses pemeliharaan tanaman mulai cara penanaman, perawatan masa panen hingga pengolahan limbah buah pisang. Penghargaan Kabupaten Lumajang dari pisang mas kirana tercapai karena didukung letak geografis.

Komoditas unggulan adalah sesuatu benda nyata yang relatif mudah diperdagangkan, dapat diserahkan secara fisik, dapat disimpan untuk suatu jangka waktu tertentu dan dapat dipertukarkan dengan produk lainnya dengan jenis yang sama, yang biasanya dapat dibeli atau dijual.

Menurut Solicha (2011), di Kabupaten Lumajang Jawa Timur, ditemukan pisang mas kirana yang hanya tumbuh di lereng Gunung Semeru dengan ketinggian 3.676 meter dari permukaan laut (mdpl), sehingga tidak ditemukan di daerah lain. Varietas pisang mas kirana, biasanya digunakan sebagai buah meja, rasanya manis, bentuk pisangnya menarik, dengan aroma yang harum.

Produsen pisang mas kirana di Kabupaten Lumajang, membagi pisang berdasarkan jenis kategori kualitasnya. Untuk jenis pisang kualitas B, di jual di pasar tradisional. Sedangkan jenis pisang dengan kualitas A, disalurkan kedistributor untuk kemudian dijual ke pasar swalayan di kota-kota besar di seluruh Jawa Timur bahkan Indonesia (Frannoto, 2011).

Pisang mas kirana memiliki beberapa keunggulan baik kompetitif dan komparatif yang turut berkontribusi terhadap berkembangnya komoditas unggulan daerah. Keunggulan bersaing menurut Barney (2001) dalam Birdsall, (2004) menyebutkan bahwa keunggulan bersaing merupakan sebuah strategi dalam menciptakan sebuah nilai bagi perusahaan yang tidak dimiliki oleh kompetitor yan lain. Strategi keunggulan bersaing memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain : *rare* (jarang digunakan), *valuable* (nilai lebih), dan *not inimitable* (tidak bisa ditiru) berdasarkan sumberdaya yang tersedia.

Keunggulan yang dimiliki oleh produk pisang mas kirana baik secara kompetitif maupun komparatif diharapkan nantinya mampu memberikan dampak yang positif bagi kemajuan bidang

pertanian pada khususnya dan peningkatan perekonomian masyarakat pada umumnya. Perkembangan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat kendala terkait dengan pembibitan tanaman pisang mas kirana, dimana pemasaran bibit pisang mas kirana harga jualnya murah, jika dibandingkan dengan pemasaran buah pisang mas itu sendiri. Sehingga banyak konsumen yang justru lebih tertarik untuk membeli bibitnya dibandingkan membeli buahnya, sedangkan untuk kegiatan pengolahan atau budidaya yang dilakukan masih belum ada standarisasi khusus di kalangan petani, pisang mas kirana hanya berfungsi sebagai tanaman pekarangan atau tanaman pelindung yang bisa digabung dengan jenis tanaman lain yang berbeda varietasnya atau tumpang sari, pisang mas kirana bukan digunakan sebagai tanaman utama yang memang hanya difokuskan untuk pisang, sehingga hasil panen petani tidak bisa maksimal, karena buah yang dihasilkan tidak terstandar baik dari segi ukuran, maupun bentuk buah yang dihasilkan.

Kegiatan pemasaran pisang mas kirana dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (4P) atau *marketing mix*, terdiri dari : *product, price, place, promotion*. Kegiatan pemasaran pisang mas kirana dilakukan sebagian besar ditujukan untuk memenuhi pasar luar negeri, dibandingkan dengan dalam negeri, sehingga produk pisang mas kirana bisa dijadikan komoditas unggulan yang memiliki peran penting dalam bidang pertanian khususnya di Kabupaten Lumajang

Berdasarkan kondisi tersebut, maka tujuan dari kegiatan penelitian yang dilakukan adalah : untuk menganalisis potensi daya saing produk pisang mas kirana baik secara kompetitif maupun komparatif dan untuk mengetahui strategi pemasaran (4P) produk unggulan pisang mas kirana.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dimana informan penelitian ditentukan berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan yang telah ditentukan. Informan penelitian terdiri dari : petani, Dinas Pertanian, pedagang dan konsumen.

Lokasi penelitian berada di Desa Kandang Tepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang. Lokasi tersebut dipilih sebagai obyek penelitian dengan berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu, antara lain : jumlah petani pisang yang paling besar berada di lokasi tersebut, desa Kandang Tepus ditetapkan sebagai Kampung Pisang, pada tahun 2001, karena bertepatan dengan kunjungan dari Menteri Pertanian ke Kabupaten Lumajang untuk meresmikan dan memberangkatkan ekspor perdana pisang mas kirana ke Singapura. Branding desa Kandang Tepus sebagai kampung pisang karena di desa tersebut terpilih sebagai desa binaan bank BNI. Desa Kandangtepus daerahnya luas. Luas areal lahan pertanian pisang mas kirana yang terbesar dibandingkan dengan daerah yang lain. Di Desa Kandang Tepus terdapat kelompok tani Raja Mas yaitu salah satu kelompok tani yang berhasil dalam budidaya pisang mas kirana. Di desa tersebut juga memiliki fasilitas *packing house* (rumah pengepakan pisang) yang berfungsi bukan hanya sebagai tempat sekretariat bagi kelompok tani pisang melainkan sekaligus sebagai media sosialisasi untuk program kegiatan pertanian. Analisis data yang digunakan dengan tahapan yang terdiri dari: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Daya Saing Produk Pisang Mas Kirana

Pisang mas kirana dari Kabupaten Lumajang, merupakan salah satu komoditas unggulan yang menjadi andalan. Pisang mas kirana memiliki keunggulan baik secara kompetitif maupun komparatif. Keunggulan kompetitif dari pisang mas kirana antara lain : pisang mas kirana mampu tumbuh dengan baik apabila ditanam pada ketinggian 600 meter di atas permukaan laut dengan tanah vulkanik gunung berapi, sehingga tanaman pisang yang dihasilkan bisa tumbuh dengan baik, produk pisang mas kirana sudah ditetapkan menjadi produk unggulan dari Kabupaten Lumajang berdasarkan hasil keputusan dari Menteri Pertanian No. 516/Kpts/SR/120/12/2005, kandungan gizi yang dimiliki pisang mas kirana cukup tinggi, sehingga konsumen banyak yang menyukainya terutama bagi mereka yang sedang program diet. Dimana kandungan gizi yang ada di pisang mas kirana terdiri dari : 99 kalori, protein 1,2 gram, lemak 0,2 gram, karbohidrat 25,8 mg, serat 0,7 gram, kalsium 8 mg, fosfor 28 mg, besi 0,5 mg, vitamin A 44 RE, vitamin B 0,08 mg, vitamin C sebanyak 3 mg dan air 72 gram. Pisang mas kirana bisa dimanfaatkan bukan hanya untuk dikonsumsi sebagai buah segar saja, melainkan dapat juga digunakan sebagai produk olahan yang memiliki nilai ekonomis tinggi, misalnya : keripik pisang, selai pisang dan berbagai produk olahan pisang lainnya.

Sedangkan keunggulan komparatif yang dimiliki pisang mas kirana dibandingkan dengan pisang jenis yang lain antara lain : jumlah tanaman pisang mas kirana cukup banyak dan tersebar di beberapa sentra budidaya pisang mas kirana, salah satunya berada di Desa Kandang Tepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang. Pisang mas kirana termasuk jenis pisang yang lebih tahan lama, tidak cepat rusak atau busuk, warna lebih menarik, rasa lebih manis, tangkai buah tidak mudah patah, jika dibandingkan dengan jenis pisang mas lainnya. Pisang mas kirana memiliki keunggulan karena bisa dijadikan produk olahan lain, bukan hanya dikonsumsi sebagai buah segar atau buah meja.

Keunikan dan daya tarik yang dimiliki oleh pisang mas kirana, menjadi salah satu alasan orang tertarik untuk membeli pisang tersebut, seperti yang dikemukakan oleh konsumen sebagai berikut :

"..Pisang mas kirana rasanya manis, bentuknya menarik dan cocok dikonsumsi sebagai buah segar lebih enak dibandingkan dengan jenis pisang mas yang lain.."

Keuntungan yang diperoleh petani dengan menanam pisang mas kirana, seperti yang dikemukakan oleh petani sebagai berikut :

"..Harga jual pisang mas kirana cukup stabil, dengan harga yang cukup menguntungkan bagi petani, banyak petani yang menggunakan sistem pertanian organik, sehingga dari sisi pengeluaran untuk proses pemupukan bisa diminimalisir biaya yang harus dikeluarkan.."

Bentuk dukungan lainnya atas daya tarik pisang mas kirana dikemukakan oleh dinas pertanian sebagai berikut :

"..Pisang mas kirana merupakan komoditas unggulan selain pisang agung, telah ditetapkan berdasarkan menteri pertanian pada tahun 2005, Keunikan dan orisinalitas dari pisang mas kirana hanya bisa tumbuh dengan baik di ketinggian minimal 600 meter di atas permukaan laut, tanahnya bekas vulkanik gunung berapi, sehingga jika pisang jenis ini ditanam di daerah lain hasilnya akan berbeda.."

Daya tarik lain yang dimiliki pisang mas kirana dikemukakan oleh pedagang pisang mas kirana sebagai berikut :

"..Pisang mas kirana untuk saat ini bukan hanya bisa dikonsumsi sebagai buah segar saja melainkan juga sudah diolah menjadi berbagai macam produk sehingga ketika musim panen petani tidak rugi,

karena bisa dijadikan keripik pisang mas kirana..”.

Selain beberapa keunggulan yang dimiliki oleh pisang mas kirana, yang menjadi keunggulan kompetitif dan komparatif pisang mas kirana dibandingkan jenis pisang lainnya, masih terjadi kendala terkait dengan pemasaran bibit pisang mas kirana. Peningkatan jumlah permintaan pisang mas kirana di pasaran menjadikan banyak konsumen atau petani yang berminat untuk membudidayakan pisang mas kirana menjadi tertarik untuk menanamnya, sehingga ada kecenderungan dimana konsumen lebih tertarik untuk membeli bibitnya dengan harga Rp. 3.000 s/d Rp. 5.000 dibandingkan konsumen yang tertarik membeli pisangnya, hal ini seperti yang dikemukakan oleh petani berikut ini :

“..Rasa, bentuk yang menarik membuat orang tertarik untuk menanam pisang mas kirana, sehingga sekarang justru lebih banyak orang tertarik untuk membeli bibitnya dibandingkan buahnya, agar bisa ditanam sendiri di rumah..”

Pendapat lainnya terkait dengan banyaknya konsumen yang tertarik untuk mengembangkan pisang mas kirana juga dikemukakan oleh pihak dari dinas pertanian sebagai berikut :

“..Keunikan yang dimiliki oleh pisang mas kirana dicoba untuk ditiru konsumen dengan cara membeli bibit untuk dikembangkan di daerah lainnya, dengan harapan agar tanaman pisang yang dihasilkan nanti juga akan sama bagusnya dengan yang ada di Kabupaten Lumajang..”

Sedangkan untuk kegiatan penanaman di kalangan petani masih ada yang belum melakukan kegiatan penanaman sesuai dengan standar yang telah ditentukan, dimana dalam satu area penanaman hanya ada 1 (satu) jenis tanaman saja atau monokultur. Ada beberapa alasan petani masih belum bisa melakukan system penanaman monokultur seperti yang dingkapkan oleh petani sebagai berikut :

“.. Saya belum bisa menanam hanya tanaman pisang saja, karena harus menunggu mendapatkan hasil ketika sudah panen, sehingga jika belum panen tidak ada pemasukan,..”

Pendapat lainnya dikemukakan oleh petani sebagai berikut :

“..Jika melakukan tumpang sari, digabung dengan tanaman lain, misalnya singkong, ubi atau sengon, maka sambil menunggu panen, petani akan mendapatkan tambahan penghasilan..”

Pendapat lainnya dikemukakan oleh petani terkait alasan melakukan tumpang sari sebagai berikut:

“...Memang ada perbedaan jika hanya menanam pisang saja dibandingkan dengan tumpang sari, jika hanya tanaman pisang, buah yang dihasilkan lebih banyak, lebih besar dan menarik, warna buah lebih menarik karena mendapatkan sinar matahari yang cukup dan pemeliharaannya lebih maksimal jika dibandingkan dengan tumpang sari..”

Pendapat lainnya tentang perbedaan hasil pisang yang dikembangkan melalui monokultur dengan tumpang sari dilihat dari hasilnya, dikemukakan oleh pedagang pisang sebagai berikut :

“...Pisang yang dihasilkan melalui monokultur lebih bagus, bentuk lebih menarik, bentuk buah gilig dengan ukuran yang sama, warna menarik dan tidak lembek, karena mendapatkan perawatan yang baik dan maksimal, sehingga harga jualnya juga berbeda jika dibandingkan dengan yang lebih kecil bentuknya dan bentuk buah yang kurang menarik ..”

Strategi Pemasaran (4P) Produk Unggulan Pisang Mas Kirana

Penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan unsur (4P) pada pisang mas kirana dilakukan dengan cukup baik, dimana unsur *product*, *price*, *promotion*, dan *place* menjadi elemen penting yang diperhatikan agar kegiatan pemasaran yang dilakukan bisa maksimal.

Dari segi *product* : pisang mas kirana menjadi produk unggulan di Kabupaten Lumajang, karena memiliki beberapa keunggulan, keunikan dan daya tarik tertentu seperti yang diungkapkan oleh dinas

pertanian sebagai berikut :

“..Pisang mas kirana memiliki keunggulan selain dari segi kualitas buah yang dihasilkan, juga media penanaman pisang mas kirana hanya bisa tumbuh dengan baik jika tanahnya mengandung unsur vulkanik dari gunung berapi, tidak bisa di semua media karena hasilnya tidak bisa maksimal..”

Keunggulan lain dari sisi produk tentang pisang mas kirana dikemukakan oleh konsumen sebagai berikut :

“..Pisang mas kirana selain rasanya manis, enak, tidak lembek atau cepet busuk seperti jenis pisang lain yang banyak beredar di pasaran, kulit buahnya juga bagus, sehingga lebih menarik..”

Daya tarik pisang mas kirana juga dikemukakan oleh pedagang petani sebagai berikut :

“..Sebelum ada pisang mas kirana, jenis pisang agung, pisang tanduk dan pisang kapok yang banyak diminati petani untuk dibudidayakan, tetapi setelah ada pisang mas kirana banyak petani yang mulai tertarik untuk menanam jenis pisang tersebut, karena permintaan pasar cukup banyak..”

Produk pisang mas kirana kualitas A sebagian besar ditujukan untuk jangkauan pemasaran di kawasan lokal, regional maupun internasional, sehingga jumlah pisang mas kirana yang tersedia lebih banyak ditujukan untuk melayani di segmen pasar tersebut dibandingkan untuk lokal. Ketersediaan produk pisang mas kirana yang peruntukannya lebih dominan pasar ekspor seperti yang dikemukakan oleh pedagang sebagai berikut :

“..Pisang mas kirana dengan kualitas bagus lebih banyak yang dikirim ke luar dibandingkan untuk wilayah lokal sendiri, karena lebih menguntungkan, sehingga ketersediaan produk pisang mas kirana di pasar lokal terbatas jumlahnya..”

Dari segi *price* : pisang mas kirana harga jualnya bersaing, bahkan sedikit lebih tinggi jika dibandingkan dengan jenis pisang lainnya, dengan harga jual tertinggi pertandan untuk jenis pisang kualitas A berkisar antara Rp. 75.000 s/d Rp. 90.000, sangat menguntungkan bagi petani pisang mas kirana.

Harga jual pisang mas kirana yang cukup stabil dengan tingkat fluktuasi yang tidak terlalu tinggi, menguntungkan bagi petani, seperti yang dikemukakan oleh petani berikut ini :

“...Harga jual pisang mas kirana cukup menguntungkan, misalnya apabila petani memiliki luas lahan pertanian sebanyak 1 hektar maka dalam satu tahun akan memperoleh penghasilan bersih sekitar Rp 32.000.000..”

Harga jual pisang mas berbeda dengan menyesuaikan dengan lokasi atau segmen konsumen yang membeli produk tersebut, seperti yang disampaikan oleh Dinas Pertanian berikut ini :

“...Pisang mas kirana harga jualnya di pasaran terbagi menjadi 2 bagian, dimana untuk pisang mas kirana dengan kualitas A, akan dijual ke pasar besar baik supermarket atau hypermarket yang ada di beberapa kota besar dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan pisang mas kirana kualitas B, yang dijual di pasar tradisional dengan harga yang sedikit lebih rendah..”

Dari segi *promotion* : promosi yang dilakukan terkait pemasaran pisang mas kirana dilakukan menggunakan berbagai media baik secara *online* maupun *offline*, agar kegiatan pemasaran bisa lebih maksimal.

Beberapa media promosi yang digunakan untuk pemasaran pisang mas kirana seperti yang dikemukakan oleh pedagang berikut ini :

“...Saya bisa mengetahui dimana tempat petani yang menanam pisang mas kirana ya menggunakan hp, atau lewat what up, atau telepon langsung ke petaninya, agar mudah untuk cek kondisi pisang dan harga jualnya..”

Media promosi lainnya yang digunakan, seperti yang dikemukakan oleh dinas pertanian, sebagai

berikut :

“..Kegiatan promosi yang dilakukan beragam dengan tujuan agar promosi yang dilakukan bisa lebih maksimal, misalnya melalui web dari dinas pertanian, dinas perindustrian dan perdagangan, dinas pariwisata, atau melalui kelompok tani, perkebunana sewu seger dan promosi melalui media cetak dan elektronik baik lokal maupun nasional..”

Strategi lainnya yang digunakan sebagai media promosi yang digunakan oleh petani, sebagai berikut :

“.. saya memasarkan pisang mas kirana ada yang melalui kelompok tani secara langsung atau melalui media social misalnya face book, whats up dan dari mulut ke mulut biasanya yang paling sering digunakan..”

Dari segi *place* : pisang mas kirana memiliki syarat tertentu untuk bisa tumbuh dengan baik, sehingga di Kabupaten Lumajang sendiri, meskipun tanaman pisang bisa tumbuh, akan tetapi pertumbuhan yang paling maksimal hanya berada di beberapa lokasi saja, yang sesuai untuk tanaman pisang mas kirana salah satunya berada di Desa Kandang Tepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang.

Kondisi ideal sebagai tempat terbaik untuk pertumbuhan pisang mas kirana, seperti yang dikemukakan oleh dinas pertanian sebagai berikut :

“... pisang mas kirana tumbuh dengan baik hanya di media tanah vulkanik gunung berapi, sehingga jika bukan pada media yang sama pertumbuhannya tidak bisa maksimal, beberapa petani pisang juga membudidayakan dengan cara organik, selain lebih bagus hasilnya, produknya juga lebih aman dan sehat untuk dikonsumsi..”

Pisang mas kirana jika bukan ditanam di tanah yang berada di tanah vulkanik dan di dataran tinggi hasilnya menjadi tidak bisa maksimal, seperti yang dikemukakan oleh konsumen sebagai berikut :

“..Saya pernah mencoba menanam pisang tetapi saya tanam di daerah yang berhawa panas, jadinya beda dengan yang ditanam di sini..’

Pendapat lainnya terkait dengan tempat dikemukakan oleh konsumen sebagai berikut :

“..Desa Kandang Tepus terkenal sebagai salah satu daerah sentra penghasil pisang mas kirana, sehingga jika konsumen tertarik untuk membeli pisang mas kirana, khususnya yang berada di Kabupaten Lumajang, mereka akan lebih tertarik untuk membeli langsung ke lokasi tersebut, karena selain produknya masih segar, konsumen memiliki lebih banyak pilihan pisang mas kirana yang akan dibeli..”

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan antara lain :

- a. Memerlukan kerja sama yang baik antara petani pelaku usaha dan dinas pertanian terkait dengan besarnya permintaan konsumen terhadap bibit pisang mas kirana untuk menjaga agar kontinuitas dan pelestarian tanaman yang menjadi produk unggulan di Kabupaten Lumajang
- b. Sosialisasi terkait dengan pemeliharaan dan budidaya pisang mas kirana perlu terus dilakukan agar produk yang dihasilkan petani bisa terstandarisasi dengan baik sesuai dengan kebutuhan pasar
- c. Kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan harus lebih ditingkatkan lagi agar jangkauan pemasaran yang dilakukan menjadi lebih luas, misalnya menggunakan media pameran, bazar atau memanfaatkan berbagai media promosi lainnya untuk media pemasaran yang dilakukan.

Kegiatan penelitian yang dilakukan memiliki keterbatasan penelitian karena hanya 1 (satu) jenis produk unggulan saja yaitu pisang mas kirana, lokasi atau obyek penelitian terbatas hanya berada di 1 (satu) desa saja yaitu Desa Kandang Tepus, sehingga disarankan untuk agenda berikutnya bagi penelitian selanjutnya agar bisa mengkaji produk unggulan dengan jenis produk yang lebih beragam, dengan lokasi yang lebih luas sehingga bisa melakukan perbandingan hasil yang diperoleh, sekaligus agar kontribusi penelitian yang dihasilkan akan lebih maksimal dan bisa memberikan manfaat secara lebih luas baik kepada masyarakat, petani maupun pihak lain yang terlibat di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, Jay, 1991, "*Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*", *Journal Of Management*, Vol.17, No. 1
- Frannoto, 2011. Sang Primadona dari Lumajang. <http://www.eastjavatraveler.com>. Diakses tanggal 31 Desember 2014.
- Profil Desa Kandangtepus, Tahun 2015
- SK. No.516/Kpts/SR/120/12/2005 Tentang Varietas Unggulan Daerah
- SK. No. 188.45/406/427.12/2006 Tentang Pisang Mas Kirana Sebagai Produk Andalan Kabupaten Lumajang
- Solicha (2011), Solicha, Zumrotun. 2011. Pisang Mas Kirana dapat Kurangi Stress. <http://www.antarajatim.com>. Diakses tanggal 31 Desember 2015
- T. Tambunan. (2010) *Globalisasi Perdagangan Internasional*. LP3ES. Jakarta.