

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN SARANG BURUNG WALET DI KECAMATAN PELAIHARI KABUPATEN TANAH LAUT

Whila Adelina¹

RR Siti Munawaroh²

roro@stiei-kayutangi-bjm.ac.id

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA BANJARMASIN^{1,2}

Abstract,

This study aims to determine the quality of the product, in this case the quality of swallow nests, as well as to analyze the marketing strategy of swallow nests in Pelaihari District, Tanah Laut Regency.

Moreover, the data were collected by conducting interviews with swallow nest entrepreneurs in Pelaihari District, Tanah Laut Regency from 2017-2021. By using purposive sampling, 6 of 23 swallow nest entrepreneurs were chosen as informants. The data then were analyzed descriptively and qualitatively through data reduction, data presentation and conclusion.

The results showed that swallow nests are classified into high quality, medium quality and low quality. The quality, which is classified based on the colour, cleanliness, shape and humidity, of the swallow's nest, determines the price of the swallow's nest. The marketing strategy of swallow's nest in Pelaihari District uses a community system for sales channels, face-to-face for sales transactions, market prices become the benchmark for sales, and there is no determination of product availability.

Keywords: product quality, marketing strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dalam hal ini kualitas sarang burung walet, sekaligus menganalisis strategi pemasaran sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

Pengambilan data menggunakan teknik wawancara terhadap 6 pengusaha sarang burung walet yang diambil dari 23 pengusaha terhitung dari tahun 2017-2021 di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarang burung walet digolongkan menjadi kualitas tinggi, kualitas menengah, dan kualitas rendah. Kualitas berdasarkan warna, kebersihan, bentuk, dan kelembaban sarang burung walet ikut menentukan harga dari sarang burung walet tersebut. Strategi pemasaran sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari menggunakan sistem komunitas untuk jalur penjualan, *face to face* untuk bertransaksi penjualan, harga pasar menjadi patokan penjualan, dan tidak ada penetapan ketersediaan produk.

Kata kunci: kualitas produk, strategi pemasaran.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara penghasil sarang burung walet terbesar di dunia. Lebih dari 75% sarang walet yang tersebar di dunia berasal dari Indonesia. Sarang walet rumahan dari Indonesia menguasai hampir 98% pasokan pasar global sebab bentuknya yang lebih higienis, lebih putih serta tidak terlalu tebal. Sedangkan pasar sarang walet hitam dipegang oleh Malaysia sebab kualitasnya lebih baik dari pada sarang hitam yang di ekspor oleh negara penghasil lain. Sarang walet banyak diminta oleh importir terbesar saat ini yaitu Hongkong dan Amerika Serikat. Jangkauan pemasaran sarang walet dari Indonesia ialah Hongkong, China, Taiwan, Singapura, serta Kanada. Kurang lebih 80% pasar sarang walet Asia dipasok oleh pengusaha walet dari Indonesia. Sarang walet mempunyai harga yang berfluktuasi.

Sesuai observasi penulis, salah satu wilayah yang masih mengalami perkembangan jumlah bangunan walet adalah di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. Banyaknya

tempat tinggal walet di Pelaihari mengakibatkan meningkatnya jumlah populasi burung walet sarang putih. Peningkatan jumlah burung walet bersarang putih telah menyebabkan peningkatan keragaman genetik dari burung walet putih Pelaihari. Lokasi bangunan sarang burung walet yang paling menonjol adalah di kawasan Pelaihari, dan bangunan sarang burung walet sering muncul di kawasan pemukiman. Bangunan sarang burung walet dapat berupa bentuk arsitektur yang berdiri sendiri yang terletak di dekat pemukiman penduduk, atau di lantai atas bangunan tempat tinggal dan pertokoan serta bangunan yang dibangun khusus untuk burung walet. Peneliti memilih lokasi penelitian di Kecamatan Pelaihari karena masih luasnya persawahan, pepohonan dan dekat dengan pantai dimana burung walet dapat mencari makan untuk berkembang biak. Kecamatan Pelaihari berpotensi sebagai tempat usaha sarang burung walet karena terdapat jumlah burung walet yang banyak di daerah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha sarang burung walet, ditemukan beberapa masalah

seperti sarang burung walet kualitas rendah (serpihan rapuh) banyak yang tidak terjual, dan juga konsumen tidak berani membeli dengan harga tinggi walaupun kualitas tinggi dikarenakan kurangnya pemahaman konsumen terhadap produk yang berkualitas tinggi, sehingga terjadi penurunan harga. Selama ini pengusaha sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut masih menggunakan cara tradisional dalam memasarkan sarang burung walet, maka dari itu pengusaha wajib memikirkan strategi yang harus diterapkan agar bisnis yang sudah berjalan bisa berkembang dengan pesat dan tidak mengalami kerugian.

Teori Kualitas Produk

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:188), kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.

Menurut Sopiah dan Sangadji (2016:80) kualitas produk terdiri dari beberapa indikator, yaitu:

- a) *Performance* (kinerja), merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- b) *Reliabilitas* (keandalan), merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi.
- c) *Feature* (fitur), merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk.
- d) *Durability* (daya tahan), menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu.
- e) *Konsisten*, menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar atau spesifikasi tertentu.
- f) *Desain*, merupakan aspek emosional dalam memengaruhi kepuasan konsumen sehingga desain kemasan ataupun bentuk produk akan turut mempengaruhi persepsi kualitas produk tersebut.

Teori Strategi Pemasaran

Menurut Tjiptono (2011), menyatakan bahwa Strategi pemasaran adalah rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa

situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut.

Corey dalam Tjiptono dan Chandra (2012:67), indikator strategi pemasaran terdiri atas lima yang saling berkait, kelima indikator tersebut adalah:

- a) Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
- b) Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan

personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.

- c) Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- d) Sistem distribusi, yaitu saluran *wholesale* dan *retail* yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- e) Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, *personal selling*, dan *public relation*.

METODE

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode *case study research*. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pengamatan langsung dan wawancara.

Populasi pada penelitian ini adalah pengusaha sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut terhitung dari 2017-2021 berjumlah 23 pengusaha. Penelitian

dilaksanakan di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. Pemilihan sampel sebanyak 6 pengusaha sarang burung walet menggunakan metode *purposive sampling*, dengan asumsi setiap pengusaha mempunyai 1 bangunan berupa gedung sebagai sarang burung walet tersebut. Keenam sampel tersebut yaitu bangunan sarang burung walet kepemilikan atas nama H. Abdul Salam, Khairullah, Lie Hendra, Hamid Arif, Yuniarni, dan Mawardi. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa 6 bangunan tersebut memiliki umur bangunan rata-rata 4 tahun. Proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara tersruktur.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a) Pengumpulan data
- b) Reduksi data
- c) Penyajian Data
- d) Penarikan kesimpulan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk

Mengenai sarang burung walet yang dipasarkan memiliki kualitas produk yang berbeda dan harga yang juga berbeda. Hal yang dapat mempengaruhi kualitas dari sarang burung walet dapat dilihat dari kebersihan, tingkat keputihan warna, tingkat kelembaban, tingkat kekeringan, dan bentuk sarang burung walet. Meskipun ada perbedaan kualitas, tetapi tidak ada perbedaan dalam segi khasiat pada produk sarang burung walet selama di konsumsi oleh konsumen.

Kelembaban sarang burung walet pada setiap kualitas setelah dipanen juga tetap harus dijaga, karena dapat mempengaruhi daya tahan sarang burung walet tersebut. Tetapi, sarang burung walet kualitas rendah yang sudah dibersihkan dan siap dikonsumsi juga tidak ada perbedaan dari segi ketahanan dengan sarang burung walet yang berkualitas tinggi. Sarang burung walet dikatakan berkualitas rendah, yaitu sarang burung walet yang terlalu banyak bulu, terlalu lembab, terlalu kering, bentuk tidak sempurna

(serpihan), dan mudah rapuh. Sedangkan pemicu sarang burung walet kualitas rendah adalah jangka waktu panen yang tidak teratur, kelembaban didalam bangunan walet tidak stabil, teknik panen kurang benar, serta hama. Hama pada bangunan sarang burung walet sangatlah mengganggu perkembangbiakan burung walet, dikarenakan burung walet sangat peka terhadap kondisi lingkungan sekitarnya, sehingga apabila hama menyerang maka burung walet tidak akan kembali lagi pada bangunan tersebut. Adapun hama yang dapat menghambat pengembangan usaha sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari, yaitu adanya serangan hama berupa tikus, kecoa, semut, tokek, dan burung hantu. Hasil panen yang maksimal bisa didapatkan melalui perawatan yang baik dengan memperhatikan kondisi suhu 26°C-29°C, kelembaban antara 70-90%, mencegah adanya serangan hama, faktor cahaya ditekan serendah mungkin, yaitu dari remang-remang sampai gelap, dan menyediakan air pada bangunan sarang burung walet. Untuk saat ini

pengusaha sarang burung walet di Pelaihari sudah konsisten menghasilkan produk sarang burung walet berkualitas baik dan diusahakan akan tetap baik untuk kedepannya. Untuk segi harga, adanya penggolongan harga berdasarkan warna dan bentuk sarang burung walet, dimaksudkan untuk menentukan nilai jual dari sarang walet yang dihasilkan.

Strategi Pemasaran

Kondisi penjualan sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari tidak ada pemilihan target pasar yang pasti, karena selama ini para pengusaha sarang burung walet sudah memiliki jalur penjualan sendiri yang didapat dari komunitas para pengusaha sarang burung walet yang ada di Pelaihari. Para pengusaha sarang burung walet di Pelaihari melakukan transaksi penjualan dengan cara *face to face* antar pembeli dan penjual. Penjual (dalam hal ini pengusaha) akan menjelaskan secara rinci kondisi setiap kualitas sarang burung walet, sehingga tidak ada garansi atau jaminan saat transaksi penjualan yang diberikan pengusaha sarang burung walet kepada pembeli. Selain itu, pengusaha tidak bisa menetapkan ketersediaan produk,

dikarenakan sarang burung walet normalnya akan dipanen setiap 3 bulan sekali, namun juga tergantung pada kondisi cuacanya. Masa panen sarang burung walet tidak bisa disaat musim kemarau dan musim hujan.

Para pengusaha sarang burung walet di Pelaihari dalam menetapkan harga jual berpatokan/menyesuaikan dengan harga pasar saat itu. Pengusaha sarang burung walet di Pelaihari juga tidak menggunakan sistem distribusi dalam penjualannya, karena adanya perbedaan kondisi penjualan. Para pengusaha tersebut menggunakan komunitas untuk mengkomunikasikan pemasaran penjualan sarang burung miliknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sarang burung walet terbagi menjadi kualitas tinggi, kualitas menengah, dan kualitas rendah. Namun perbedaan kualitas tersebut tidak mempengaruhi khasiat dan daya tahan produk saat siap di konsumsi oleh konsumen. Strategi pemasaran sarang burung walet di

Pelaihari menggunakan komunitas untuk jalur penjualan, *face to face* untuk bertransaksi penjualan, harga pasar menjadi patokan penjualan, dan tidak ada penetapan ketersediaan produk. Penggolongan harga berdasarkan warna, kebersihan, serta bentuk sarang burung walet dimaksudkan untuk menentukan nilai jual dari sarang walet yang dihasilkan.

Saran

Bagi pengusaha sarang burung walet di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya, sehingga sarang burung walet yang dimiliki berpotensi untuk bisa menjadi produsen sarang burung walet unggulan yang akan selalu dicari oleh pembeli sarang burung walet dari luar daerah Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. Bagi pemerintah diharapkan dapat memperhatikan usaha sarang burung walet yang ada di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut, karena para pengusaha masih terkendala dalam hal pengetahuan, pengembangan sumber daya manusia dan modal yang masih minim.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2017). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 8(10).
- Artanto, S. F., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarang Burung Walet Di Delta Walet Kota Muara Teweh. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(08). Diambil kembali dari riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/17670/13356
- Chayaning, M. W., & Anshori, I. (2022). STRATEGI PEMASARAN SARANG BURUNG WALET DI LAMONGAN MELALUI KARAKTERISTIK KERJA. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(1), 53-62. Diambil kembali dari <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/4821>
- Himawan, P., & Rahayu, S. (2019). Pengendalian Kualitas Sarang Burung Walet di CV LVS Probolinggo dengan Menggunakan New Seven Tools. *CALYPTRA*, 7(2), 2860-2870. Diambil kembali dari <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/3544>
- Joko Bagio Santoso, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Kurniati, D., & Dolorosa, E. (. (2013). Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha Agribisnis Sarang Burung Walet di Kota Pontianak. *Jurnal IPREKAS - Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa*. Diambil kembali dari www.repository.polnep.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/108/dewi%20kurniati,eva%20dolorosa.pdf?sequence=1
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan. Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 29-39.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal*

- Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82.
- Putra, G. P., & Sunarti, S. (2017, July 1). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 48(1). Diambil kembali dari <https://media.neliti.com/media/publications/88103-ID-pengaruh-kualitas-produk-terhadap-keputu.pdf>
- Sumaila, D. O., Dumais, J. N., & Tangkere, E. G. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Produk Share Tea di Manado Town Square 3 Kota Manado. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 14(2), 67-76.
- Sutrisno, A., N. A., Widodo, J., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember. *URNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 259-263.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Warisman, B. W., Ilham, W., & Asysyifa, A. (2020). ANALISIS KEKURANGAN DAN KELEBIHAN DARI USAHA SARANG BURUNG WALET DI KELURAHAN ANGSAU KECAMATAN PELAIHARI KABUPATEN TANAH LAUT. *Jurnal Sylva Scientiae*, 3(4), 594-601. Diambil kembali dari ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jss/article/download/2342/1903
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Widodo, S., & Hasanah, E. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan

Strategi Pemasaran
Terhadap Keputusan
Pembelian Perangkat Parkir
Pada PT Tri Wahana
Solusindo. *Jurnal Ilmiah*

Feasible (JIF), 2(2), 126-139.
Diambil kembali dari
<https://core.ac.uk/download/pdf/337610814.pdf>