

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu di bidang pemasaran barang dan jasa. Dengan perkataan lainnya strategi pemasaran itu adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan, serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran barang dan jasa. Pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.¹

Terdapat beberapa macam pengertian strategi dari para ahli. Menurut Marrus dan Umar strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan

¹ Dewi Untari and Dewi Endah Fajariana, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)', *Widya Cipta*, 2.2 (2018), 271–78.

berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.²

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran perusahaan terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, Bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan. Strategi pemasaran menyuruh perusahaan tercermin dalam rencana strategi pemasaran perusahaan (Corporate Marketing Plan) yang disusun. Rencana strategi pemasaran perusahaan adalah suatu rencana pemasaran jangka panjang yang bersifat menyeluruh dan strategis, yang merumuskan berbagai strategi dan program pokok di bidang pemasaran perusahaan pada suatu jangka waktu tertentu dalam jangka panjang di masa depan.³

2. Perumusan Strategi Pemasaran

a. Strategi Segmentasi Pasar

Tahap paling awal perumusan strategi pemasaran adalah segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan,

² Dimas Hendika Wibowo, 'Strategi Dan Program Pemasaran', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29.1 (2015), 59–66.

³ Lubis Nurbaity Arlina, 'Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis', *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 2004, 1–14 .

karakteristik, ataupun, perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Atau dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda.⁴

b. Strategi Penentuan Pasar Sasaran

Penentuan pasar sasaran atau target sasaran dalam pemasaran yaitu sama dengan pemasaran pada umumnya. Dalam menetapkan pasar sasaran ialah dengan mengevaluasi keaktifan setiap segmen dan kemudian memilih salah satu segmen pasar atau lebih untuk dilayani, yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut.⁵

3. Indikator Strategi Pemasaran

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

1. 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

⁴ Mumuh Mulyana, 'Inisiasi II Perumusan Strategi Pemasaran', 2019, 17–22.

⁵ Andri Cahyo Purnomo, 'Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran', *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1.2 (2022), 130–37

perusahaan. Keputusan-keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor :

- a. Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokkan teknologi yang dapat di proteksi dan didominasi.
 - b. Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (focus) yang lebih sempit.
 - c. Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada Trial and Error di dalam menanggapi peluang dan tantangan.
 - d. Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi.
2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembuatan 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 tau garansi, jasa reparasi dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.

3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. System distribusi, yaitu saluran wholesale dan retailnya yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, dan public relation.⁶

B. Jeruk Kalamansi

1. Kandungan Jeruk kalamansi (*Citrofortunella Microcarpa*)



Gambar 2.1
Tanaman Jeruk Kalamansi

Jeruk kalamansi (*Citrofortunella microcarpa*) atau yang biasa disebut jeruk kunci merupakan salah satu jenis jeruk yang memiliki kemiripan rasa seperti jeruk nipis. Buahnya menyerupai ronde kecil dengan diameter rata-

⁶ M Mustaan and N Hamdi, 'Peranan Stregeti Marketing Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Master Gift Box Malang', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.2 (2021)

rata hingga 4,5 cm dan kulit berwarna hijau atau orange yang sangat tipis. Ciri utama dari jeruk kalamansi adalah ukurannya yang kecil dengan berat 13,5 – 25 g/buah dengan bentuk buah bulat gepeng. Kandungan jeruk kalamansi per 100 g berat bahan yang dapat dimakan (BDD) terdiri dari 39 Kal, 8,9 g karbohidrat, 2,3 g serat, 82 mg kalium, 42 mg kalsium, dan 30 mg vitamin C (Kemenkes RI, 2018). Sebuah jeruk kalamansi mengandung asam sitrat 3 % sampai 5,5%. Kulit jeruk kalamansi juga mengandung asam askorbat 0,15% dan minyak sesensial, yaitu minyak atsiri. Jeruk kalamansi juga sangat berair dan memiliki rasa asam. Berdasarkan hasil penelitian, 1 mg/mL sari jeruk kalamansi mengandung flavonoid sebanyak 10,958 mg/ml quercetin equivalent (QE), vicenin-2, neohesperidin, hespeidin, nobiletin, dan tangretin. Hal ini yang membuat sebagian orang membudidayakan buah jeruk kalamansi.⁷

Tabel 2.1
Kandungan Jeruk Kalamansi

Informasi Nilai Gizi
Per 100 g BDD (Berat Dapat Dimakan)
% AKG

| | | |
|-------------|---------|--------|
| Energi | 39 kkal | 1.81 % |
| Lemak total | 0.30 g | 0.45 % |

⁷ Pangerapan, Tuju, and Kandou. Sensory Quality Of Candy Calamansi (*Citrofortunella microcarpa*) vol.7 2016.

| | | |
|-------------------|---------|---------|
| Vitamin A | 0 mcg | 0 % |
| Vitamin B1 | 0.02 mg | 2 % |
| Vitamin B2 | 0.10 mg | 10 % |
| Vitamin B3 | 0 mg | 0 % |
| Vitamin C | 30 mg | 33.33 % |
| Karbohidrat total | 8.90 g | 2.74 % |
| Protein | 0.30 g | 0.50 % |
| Serat pangan | 2.30 g | 7.67 % |
| Kalsium | 42 mg | 3.82 % |
| Fosfor | 85 mg | 12.14 % |
| Natrium | 3 mg | 0.20 % |
| Kalium | 82 mg | 1.74 % |
| Tembaga | 300 mcg | 37.50 % |
| Besi | 0.50 mg | 2.27 % |
| Seng | 0.10 mg | 0.77 % |
| B-Karoten | 1 mcg | - |
| Karoten total | - | - |
| Air | 90.20 g | - |
| Abu | 0.40 g | - |

**persen AKG berdasarkan kebutuhan energy 2150 kkal. Kebutuhan energy anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.*

2. Manfaat Jeruk Kalamansi

Jeruk kalamansi juga banyak manfaatnya untuk kesehatan tubuh, kalamansi kaya kan kandungan

vitamin C yang tinggi. Mengonsumsi buah jeruk, seperti kalamansi akan membantu tubuh membangun system imunitas tubuh. Vitamin C memainkan peran penting untuk fungsi system kekebalan tubuh, terutama pada tingkat sel. Saat tubuh kekurangan vitamin C, tubuh akan lebih mudah terkena infeksi.

1. Menurunkan Kolesterol

Ada banyak penelitian yang membuktikan manfaat jeruk kalamansi untuk membantu menurunkan kadar kolesterol. Ini dikarenakan kandungan antioksidan dan serat di dalamnya. Dengan terkontrolnya kadar kolestrol dapat membantu mengurangi risiko penyakit seperti jantung dan stroke.

2. Mencegah Diabetes

Kalamansi membantu menurunkan kadar glukosa darah dan mengatur sekresi insulin yang menjaga kadar gula dalam darah tetap stabil.

3. Kaya Antioksidan

Semua buah jeruk kaya akan kandungan antioksidan. Antioksidan sangat penting untuk mendukung kesehatan tubuh untuk menghilangkan radikal bebas yang dapat menjadi racun bagi tubuh dalam jangka waktu yang lama. Terlalu banyak radikal bebas dalam tubuh dapat menyebabkan risiko penyakit yang lebih besar. Kandungan asam sitrat

yang terdapat di dalamnya juga dapat membantu meredakan peradangan di tenggorokan.

4. Menambah Energi

Jus jeruk kalamansi dapat dijadikan sebagai minuman penambah energi. Tambahkan setetes madu ke dalam jus kalamansi untuk membantu meningkatkan energi. Asupan vitamin C dan cita rasa jeruk kalamansi yang segar dapat membantu menghilangkan kelelahan.

5. Membantu Membersihkan Saluran Pernafasan

Jeruk kalamansi konon sudah digunakan sejak lama sebagai salah satu tanaman obat tradisional untuk mengatasi batuk. Dalam beberapa riset membuktikan air perasan jeruk kalamansi dapat mengencerkan dahak sehingga mudah dikeluarkan dari tenggorokan dan dapat melegakan saluran pernafasan.

6. Merangsang Pembentukan Kolagen

Kolagen memiliki banyak fungsi penting bagi tubuh, diantaranya untuk menyamakan kerutan, menjaga elastisitas kulit serta mempercepat penyembuhan luka. Kolagen juga merupakan bahan dasar untuk pembentukan jaringan tubuh, seperti kulit, otot, jaringan ikat, pembuluh darah, dan tulang.

Vitamin C membantu proses pembentukan kolagen secara alami.⁸

C. Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah

Secara sosiologis, koperasi syariah di Indonesia sering disebut dengan Baitul Maal Wa At-Tamwil atau BMT, karena dalam realitasnya Koperasi Syariah banyak yang berasal dari konversi Baitul Maal Wa At-Tamwil. Namun, sebenarnya ada perbedaan antara KJKS/UJKS Koperasi dengan BMT, yaitu tertekak pada lembaganya. Koperasi syariah hanya terdiri satu lembaga saja, yaitu koperasi yang dijalankan dengan sistem koperasi simpan pinjam Syariah. Sedangkan pada BMT terdapat 2 (dua) lembaga yaitu diambil dari namanya 'Baitul Maal Wa At Tamwil' yang berarti 'Lembaga Zakat dan Lembaga Keuangan (Syariah)'. Baitul Maal berarti Lembaga Zakat dan At-Tamwil berarti Lembaga Keuangan (Syariah). Artinya, Koperasi Simpan Pinjam Syariah yang dijalankan dengan dua lembaga sebagaimana di atas berarti disebut BMT yang hanya menjalankan Koperasi Simpan Pinjam Syariah saja tanpa Lembaga Zakat disebut Koperasi Syariah saja.⁹

Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah adalah lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai penerima dan penyalur uang simpanan dalam bentuk tabungan wadi'ah,

⁸ Menurut Who, Asia Tenggara, and Menurut Depkes, 'Manfaat Sari Jeruk Kalamansi_SJK_Terhada', 2010, 2013.

⁹ Triana Sofiani, 'Kontruksi norma hukum koperasi syariah dalam kerangka sistem hukum koperasi nasional' (2016), 1–23.

BMT Al-Muawanah juga memiliki fungsi dalam pengelolaan keuangan terpadu, yakni tidak hanya mengelola keuangan simpanan anggota, baik simpanan pokok atau simpanan wajib, melainkan dalam mengelola tabungan dengan sistem syariah, juga menerima mengelola zakat, infaq, sodaqah dan wakaf uang untuk di produktifkan disinilah makna zakat produktif maupun wakaf produktif.¹⁰

Koperasi konsumen Al-Muawanah Syariah dengan menggunakan sistem komputer (Software BMT) lebih menjamin sistem administrasi keuangan yang profesional, amanah dan nyaman serta transparan, sehingga bisa di akses setiap saat oleh anggota. Koperasi konsumen Al-Muawanah Syariah lebih fleksibel, menerima simpanan dari berbagai pihak, termasuk mahasiswa, pelajar dan masyarakat umum. Koperasi konsumen Al-Muawanah Syariah, diharapkan kedepan menjadi lembaga keuangan syariah di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, yang mapan, sehingga yang mampu berpartisipasi dalam perkembangan kelembagaan.¹¹

BMT AL- Muawannah yaitu Koperasi Pegawai Negeri (KPN) AlMuawanah STAIN Bengkulu, berdiri pada tahun 1983 dengan Badan Hukum No 35/BH/XXVI tanggal 30 Maret 1983, seiring dengan perubahan IAIN Raden Patah menjadi STAIN Bengkulu, Maka KPN mengalami perubahan.

¹⁰ Wawancara dengan Gustiyah, tanggal 7 Juni 2023 selaku petugas koperasi konsumen Al-Muawanah syariah

¹¹ Brosur BMT Al-Muawanah tanggal 7 Juni 2023

Berdasarkan Rapat Anggota Tahun Buku 2012 yang dilaksanakan pada tanggal 12 februari 2013, setelah melalui banyak proses KPN Al-Muawanah telah menjadi BMT AlMuawanah IAIN Bengkulu dengan surat keputusan nomor 05/PAD/IX.4/2013 tanggal 25 maret 2013, yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Bengkulu dan disahkan oleh Akta Notaris.¹²



¹² Brosur BMT Al-Muawanah tanggal 7 Juni 2023