



Strategi Pemasaran Usaha Mandiri Berbasis Pemberdayaan Limbah Daun Ketapang (Studi di Wisata The Pikas Artventure Banjarnegara)

Nur Soimah

STAI Tanbihul Ghofilin Banjarnegara, Indonesia

Alamat: Jln. Mantrianom 07 , Bawang, Banjarnegara, Jawa Tengah 53471

Korespondensi penulis: nunungstaitangho@gmail.com

Abstract The Pikas Artventure in Banjarnegara, located on the banks of the long and wide Serayu River, offers nature tourism including rafting, outbound, paintball, and river camping. Established in 2009, this tourist attraction is known as a pioneer of rafting on the Serayu River. Utilizing ketapang trees that grow in tourist areas, ketapang leaf waste that is usually not used is now processed into valuable products, such as liquid to balance the pH of the water used in ornamental fish farming. This opens up new business opportunities that have a positive impact on the surrounding community. This study aims to explore the business marketing strategy based on waste empowerment in The Pikas Artventure, using a qualitative approach and descriptive-analytical analysis techniques. By implementing B2B, B2C, and C2C marketing strategies, ketapang leaf liquid products have been successfully marketed locally and online, expanding the market reach around Banjarnegara. The study also identified barriers, such as staff shortages, that affected services, as well as offering solutions such as increasing headcount and developing internal communications.

Keywords: Marketing Strategy, Independent Business, Empowerment of Ketapang Leaf Waste, The Pikas Pikas Artventure Banjarnegara

Abstrak. The Pikas Artventure di Banjarnegara, terletak di tepi Sungai Serayu yang panjang dan lebar, menawarkan wisata alam termasuk arung jeram, outbound, paintball, dan river camping. Berdiri sejak 2009, objek wisata ini dikenal sebagai pelopor arung jeram di Sungai Serayu. Memanfaatkan pohon ketapang yang tumbuh di area wisata, limbah daun ketapang yang biasanya tak dimanfaatkan kini diolah menjadi produk bernilai, seperti cairan untuk menyeimbangkan pH air yang digunakan pada budidaya ikan hias. Hal ini membuka peluang usaha baru yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi strategi pemasaran usaha berbasis pemberdayaan limbah di The Pikas Artventure, menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik analisis deskriptif-analitik. Dengan menerapkan strategi pemasaran B2B, B2C, dan C2C, produk cairan daun ketapang berhasil dipasarkan secara lokal dan online, memperluas jangkauan pasar di sekitar Banjarnegara. Penelitian ini juga mengidentifikasi hambatan, seperti kekurangan staf, yang memengaruhi layanan, serta menawarkan solusi seperti peningkatan jumlah karyawan dan pengembangan komunikasi internal.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Usaha Mandiri, Pemberdayaan Limbah Daun Ketapang, The Pikas Pikas Artventure Banjarnegara

1. LATAR BELAKANG

Banjarnegara memiliki alam yang masih sangat asri dan indah apalagi dialiri oleh Sungai Serayu yang panjang dan seolah tak pernah surut. Hal ini mendukung pariwisata dengan memanfaatkan Sungai Serayu. Yaitu The Pikas Artventure, yang menyediakan wisata arung jeram di sungai ini. Objek wisata ini dapat dinikmati dari pagi hingga malam hari. Namun tentu pengecualian bagi yang menginap dengan mengambil paket river camp. Dimana diberikan akses 24 jam untuk berada di kawasan The Pikas Artventure. Kawasan wisata seluas 3,2 hektar ini berada di tepi Sungai Serayu yang panjang dan lebar.

Objek wisata ini mengusung sebuah konsep gree-art-adventure, dengan menyediakan jasa wisata alam. Diantaranya arung jeram, outbound, paintball, serta river camping. Berdiri sejak 2009 dan sekaligus menjadi pioner arung jeram Sungai Serayu di Banjarnegara. Pengunjung akan dibawa mengalir Sungai Serayu yang panjangnya mencapai puluhan kilometer.

Serayu Artventure Indonesia adalah suatu perusahaan yang bergerak di sektor pariwisata khususnya wisata minat khusus arung jeram Sungai Serayu. Awal mula Serayu Artventure Indonesia didirikan pada tahun 2006. Pada tahunnya, Serayu Artventure Indonesia merupakan satu-satunya operator arung jeram sungai serayu yang memiliki ijin resmi dan berasuransi serta memiliki guide-guide yang profesional. Serayu Artventure Indonesia terletak Desa Singomerto, Kecamatan Sigaluh, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah dimana, sungai ini memiliki tingkatan Grade yang bervariasi mulai dari yang rendah sampai dengan Grade paling tinggi, yang menjadikan sensasi mengarunginya begitu asyik dan menyenangkan. Tidak hanya itu, pengunjung juga dapat menikmati wahana lain yang disediakan. Serta menikmati serunya camping di kawasan Sungai Serayu (thepikas.com). Adapun berikut keterangan table yang mana akan menjelaskan gambaran Serayu Adventure.

Tabel 1. Profil Objek Wisata

Brand	Provinsi	Panjang	lebar	Grade	Jalur
Serayu Adventure Indonesia	Jawa Tengah	30 km	12-25 m	2-4	Wonosobo, Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas, dan Cilacap

Salah satu obyek wisata alam The Pikas Artventure, Sungai yang berhulu di dataran tinggi Dieng dan memiliki panjang sekitar 30 km, melintasi lima daerah kabupaten, di antaranya adalah Wonosobo, Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas, dan Cilacap. Sungai yang bermuara di Samudera Hindia ini, mempunyai lebar sekitar 12-25 m. Sungai Serayu memiliki panorama alam yang indah, tebing-tebing unik yang menjorok ketengah sungai serta berbagai jenis bebatuan yang menonjol. Hamparan sawah dan kebun penduduk yang rimbun dan menghijau menambah nilai plus tersendiri di aliran Sungai Serayu. Disamping sebagai sumber

kehidupan bagi masyarakat, Sungai Serayu juga dijadikan tempat olahraga pemacu adrenalin, yaitu arung jeram (etd.umy.ac.id). Dengan demikian Serayu Adventure Indonesia kini menjadi daya tarik utama bagi minat wisatawan dengan konsep perpaduan alam sehingga banyak yang lebih memilih berkunjung di wisata The Pikas Arventure.

Namun di balik padatnya pengunjung dan rimbunnya pepohonan di wisata The Pikas Artventure, oleh karena itu pohon ketapang di The Pikas Artventure sangat memungkinkan dan bermanfaat serta dapat lebih produktif, daun ketapang ini termasuk tumbuhan liar yang jarang di butuhkan serta di dimanfaatkan oleh orang umum untuk itu adanya pemberdayaan limbah daun ketapang atau dengan nama ilmiah Terminalia Catappa memiliki banyak manfaat yang masih belum diketahui oleh orang awam.

Persebaran pohon ketapang bisa ditemui di setiap daerah di Indonesia khususnya di lokasi wisata The Pikas Artventure, oleh karena itu sangat mudah tumbuh di derah manapun, pohon ketapang banyak di jumpai di dekat sungai, atau di dekat pantai. Daunnya yang berserakan terkadang untuk bahan mainan anak-anak kecil saat bermain atau hanya menjadi sampah belaka. Karena sangat mudah ditemui di berbagai daerah dan tidak dimanfaatkan, kebanyakan orang belum tahu bahwa daun ketapang ternyata memiliki nilai jual yang lebih, yakni menjadi salah satu bahan pertanian, cairan untuk ikan hias yang bisa di olah dan di jual dengan harga yang lumayan tinggi.

Daun ketapang memilki nilai jual yang tinggi yakni karena daun ketapang bisa dimanfaatkan untuk mendatangkan keuntungan materi yakni sebagai daun yang mampu megubah pH air. Karena air yang diberi daun ketapang maka pH dan warnanya akan sesuai untuk budidaya ikan cupang dan ikan hias lainnya. Dari manfaat yang disebutkan di atas, ternyata daun ketapang tidak hanya menjadi sebuah sampah ketika jatuh dan menjadi kering, akan tetapi daun ketapang bisa dimanfaatkan dengan di olah guna meningkatkan pendapatan masyarakat dan laku di pasaran bagi pecinta ikan hias. Untuk itu berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul: “Strategi Pemasaran Usaha Mandiri Berbasis Pemberdayaan Limbah di Wisata The Pikas Artventure Banjarnegara“.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian teoritis dalam proses penulisan dan pembahasan sangat berguna untuk mengetahui tingkat kejujuran, keseriusan dan kedalaman materi yang dimiliki oleh penulis dalam menjabarkan dan menjelaskan topik, untuk mengetahui seberapa banyak pembahasan mengenai setrategi bisnis dalam pemberdayaan limbah daun ketapang, ternyata ada karya tulis yang memiliki kemiripan pembahasan, yaitu :

- a. Hasil penelitian Suleiman, dkk, (2015) menyatakan bahwa dengan menggunakan daun ketapang (*Terminalia catappa*) yang dicampurkan dengan kotoran unggas dapat memperbaiki sifat kimia tanah (C organik, N, P dan K) serta meningkatkan pertumbuhan dan produksi cabe (*Capsicum chinense*) pada dosis 14,5 ton/ha (Purwani, J. 2011)
- b. b. Ogunesin dan Aiyelari (2017) menambahkan kombinasi kompos daun ketapang dan punggungan manual dapat meningkatkan kesuburan tanah secara 12 signifikan, serta penggunaan kompos daun ketapang 14,3 ton/ha dapat meningkatkan produksi tanaman lada. Selain dari daun ketapang yang dapat dimanfaatkan sebagai kompos, tanaman titonia juga dapat dimanfaatkan sebagai pupuk organik. Titonia merupakan tumbuhan liar yang banyak ditemukan di daerah dengan ketinggian 500-1.950 mdpl. Tumbuhan Titonia tumbuh dengan baik di lahan yang tidak subur. Tumbuhan ini belum banyak dimanfaatkan, meskipun telah tersebar cukup luas. Titonia tumbuh dengan baik di tebing, pinggiran jalan dan kebun-kebun di Jawa dan Sumatera (Reza, M. 2020).
- c. Daun ketapang merupakan salah satu jenis limbah berdasarkan wujudnya merupakan limbah dalam bentuk padat yang dapat terurai, sehingga berdasarkan jenis senyawanya limbah daun ketapang merupakan limbah organik, lalu berdasarkan sumbernya limbah daun ketapang merupakan limbah yang berasal dari alam. Penggunaan bahan organik daun ketapang memiliki kandungan nitrogen 3,92% sebelum dilakukan pengomposan. Pada proses pengomposan kandungan N dalam daun ketapang berpotensi untuk menyuburkan tanaman (Orwa, dkk, 2009 dalam Irwansyah, 2020). Untuk itu solusi membuka usaha mandiri berbasis pemberdayaan limbah daun ketapang adalah suatu peluang yang progres.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau field reaserch yang mana menggunakan data kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, sehingga menggunakan pendekatan kualitatif (Lexy J Moleong,2024). Peneliti ini bertujuan untuk memperoleh data tentang “Strategi Pemasaran Usaha Mandiri Berbasis Pemberdayaan Limbah di Wisata The Pikas Artventure Banjarnegara“. Teknik pengumpulan data, menggunakan Observasi, Wawancara (Interview), dan Dokumentasi (Winarno Surakhmad, 1985). Setelah data-data yang di sajikan penyusun dalam penelitian terkumpul, maka langkah yang ditempuh selanjutnya adalah melakukan analisis data secara deskriptif kualitatif, yaitu mengkaji kembali data yang diperoleh dengan cara mengurai, membandingkan, mensistematiskan dan menyusun secara sistematis (Cholid Narbuko dan Abu Achmadi,2005). Dalam melakukan analisis data

yang di dapatkan, penulis menggunakan metode Deskriptif-Analitik dengan model analisis deduktif. Yaitu analisis data yang mengacu langsung pada sumber referensi yang sifatnya umum dan kemudian dirumuskan sebuah kesimpulan yang bersifat khusus.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Langkah Strategi Pemasaran Usaha Mandiri

Strategi Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategas” (stratos: militer dan ag: memimpin) yang berarti suatu yang dikerjakan oleh para jendral perang pada zaman dahulu, dimana jendral sangat dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang (Hendrawan Supratikno, 2003). Pada zaman dahulu memang sering terjadi peperangan, sehingga seorang pemimpin harus memahami strategi untuk melawan musuh. Strategi dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa. Secara umum strategi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan (8Iskandar Wassid, 2013).

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Freddy Rangkuti, 2005). Menurut Profesor Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai Sebuah proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk dengan pihak lainnya (Philip Kotler, 1977). Menurut American Maeceting Association, pemasaran merupakan pelaksanaan kegiatan niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

- Menentukan Posisi Strategis Penulis perlu mengetahui kemana harus pergi dan bagaimana cara sampai ke tujuan. Oleh sebab itu, langkah-langkah menentukan rencana strategi usaha mandiri yang pertama adalah menentukan posisi strategis Penulis. Setelah itu penulis melibatkan para stakeholder dan pemangku kepentingan dari awal yang pertama dengan Ibu Noviana Sukmawati, Bapak Dwi Haryanto, dan Bapak Udin di The Pikas Artventure Banjarnegara. Setelah itu untuk memulainya, penulis di beri arahan untuk mencari sumber informasi serta menggunakan data industri dan pasar untuk mengidentifikasi masalah. Sehingga penulis mengetahui dimana posisi strategis perusahaan atau bisnis.

- Prioritas tujuan Langkah-langkah rencana strategi perusahaan selanjutnya adalah menentukan tujuan yang tentunya akan membantu penulis untuk mencapai sebuah tujuan. Bermula dengan melakukan analisis pasar dimana penulis nantinya dapat mengetahui hasil dari analisa harga dan minat masyarakat dalam pasar sesuai usaha penulis, guna mempelajari berbagai permasalahan yang ada dalam pasar usahanya tersebut, tahapan ini adalah tahapan dimana kita harus benar-benar tahu secara detail permasalahan yang ada di pasar usaha penulis sendiri. Mulai dari menganalisis sebuah produk yang banyak serta ramai di gandrongi masyarakat lokal khususnya, seperti halnya bentuk usaha mandiri penulis di The Pikas Artventure Banjarnegara.
- Mengembangkan Rencana Menentukan taktik yang diperlukan untuk bisa mencapai tujuan adalah langkah-langkah rencana strategi penulis untuk menciptakan usaha mandiri berikutnya. Agar efektif, penulis bisa melakukan pemetaan strategi untuk menggambarkan keseluruhan rencana yang ada. Setelah itu penulis menentukan pilihan yang melibatkan pertukaran biaya dan peluang. Misalnya, bisnis yang penulis jalani tidak memberikan dana untuk dukungan pelanggan, sehingga dapat menempatkan lebih banyak dana untuk menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif.
- Menjalankan dan Mengelola Rencana Strategi usaha mandiri Rencana sudah siap dan matang, hal selanjutnya yang penulis lakukan adalah menerapkannya. Dan tak lupa juga penulis komunikasikan rencana strategi perusahaan tersebut kepada Bapak Ahmad Fajar Mukharom, S.Pd. M.M selaku direktur utama di The Pikas Artventure Banjarnegara sebelum memulainya. Penulis benar benar memastikan bahwa semua rencana berjalan sesuai dengan KPI (Key Performance Indicator) yang sudah ditentukan mulai dari konsultasi, kesabaran, konsistensi, dan keteguhan. Salah satu dari langkah-langkah rencana strategi usaha mandiri penulis adalah dengan memastikan bahwa penerapan rencana penulis berada di jalur yang benar dan sudah sesuai.

**b. Hambatan dan Solusi Usaha Mandiri Berbasis Pemberdayaan Limbah Daun
Ketapang di Wisata The Pikas Artventure Banjarnegara**

Hambatan

The Pikas Artventure Banjarnegara penulis temukan berbagai hambatan secara umum dan personal penulis dalam menjalankan kegiatan di The Pikas Artventure Banjarnegara ini, diantaranya adalah: a. Menunggu instruksi selama kegiatan magang karena beberapa

karyawan di wisata The Pikas Artventure Banjarnegara ini sibuk mengerjakan pekerjaan mereka sehingga penulis harus menunggu instruksi dari karyawan. Dan setelah jam istirahat, penulis terkadang banyak menganggur. b. Tugas yang di berikan kepada penulis saat menjalankan satu minggu mendatang pada bagian sektor pekerjaan di sekretariat kurang komunikasi di karenakan mungkin beberapa staf sekretariat banyak pekerjaan intern yang penulis tidak mengetahui secara tidak langsung serta sedang sibuk menyelesaikan pekerjaannya yang banyak, sehingga penulis harus benar benar sabar, semangat dan lebih aktif berinisiatif. c. Kurangnya karyawan dan padatnya wisatawan sehingga menjadikan beberapa pekerjaan ada yang kurang efektif kadang menghambat akselarasi pelayanan kepada pengunjung khususnya di bagian restaurant.

Solusi

a. Penulis dituntut harus aktif dalam bertanya, harus lebih peka dan paham mana pegawai yang membutuhkan bantuan pekerjaan, kemudian mengisi waktu luang dengan hal-hal yang positif baik untuk perusahaan dan personalitasnya. b. Menyelesaikan pekerjaan serta membaginya sub tugas pada rekan kerjanya pada waktu luang saat jam kunjungan wisatawan sedang sepi. c. Penambahan staf karyawan pada bagian pelayanan restaurant dan beberapa sektor lainnya yang lebih vital.

c. Teknik dan Strategi Pemasaran Produk

Pada tahapan kali ini penulis akan menjelaskan sedikit Teknik dan strategi pemasaran produk yang penulis buat sebelumnya penulis jelaskan terlebih dahulu dengan beberapa sistem yang penulis pakai adalah menggunakan sistem B2B, B2C, C2C sebelumnya penulis terangkan mulai dari sistem B2B, B2B adalah singkatan dari Business to Business, metode pemasaran satu ini adalah penjualan produk yang dilakukan dari perusahaan/ bisnis ke perusahaan/ bisnis lainnya. Adapun untuk penerapan strategi bisnis dalam pembahasan penjelasannya adalah sebagai berikut:

Yang pertama yaitu pada dasarnya metode B2B ini adalah model kerjasama yang saling membutuhkan satu sama lain Dalam hal ini implementasinya penulis menjual sebuah produk ekstrak daun ketapang yang penulis jual dan penulis edarkan melalui via market online dan offline kepada sesama pelaku bisnis dalam jumlah yang tidak sedikit di beberapa toko ikan yang menjual berbagai produk di toko ikan Tri Tunggal Jaya Aquarium, Ridho Beta Fish, Wafa Jaya Fish, dan beberapa toko lainnya yang berada di wilayah Banjarnegara dan sekitarnya.

Yang terakhir yaitu menggunakan sebuah sistem yang mempunyai istilah sebutan C2C atau Consumer to consumer mulai muncul setelah berkembangnya platform marketplace di Indonesia. C2C sendiri adalah model bisnis consumer to consumer yang melibatkan konsumen dari satu platform marketplace yang akan berdagang dan produknya dijual ke konsumen lain.³⁸ Dalam hal ini adalah praktik yang berada di luar kontrol penulis kesempatan yang tidak penulis berikan setelah produk ekstrak daun ketapang yang penulis jual kepada konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi pemasaran adalah paduan kinerja wirausaha dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran. Untuk menarik konsumen, wirausaha dapat merekayasa indikator-indikator yang terdapat dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu probe (pemeriksaan atau penelitian), product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi). Pada praktiknya di The Pikas Arventure Banjarnegara penulis telah menjalankan strategi pemasaran pemberdayaan limbah daun Ketapang sampai dengan menjadi produk cairan ikan hias yang penulis pasarkan di beberapa tempat sekitar Banjarnegara dan via marketplace online, dengan benar sesuai dengan syariat Islam dan menjalankan system yang mempunyai tiga sistem B2B, B2C, C2C. Dimana menempatkan produser sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli setelah itu C2C adalah dengan memberi ruang konsumen yang akan menjualnya lagi, dan keduanya sepakat tentang harga beli cairan ikan tersebut sampai dengan kepuasan konsumen terhadap produk yang penulis ciptakan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad Sholihin Ifham. (2010). Buku pintar ekonomi syariah. PT Gramedia.
- Al Arif, M. N. R. (2010). Dasar-dasar pemasaran bank syariah. CV Alfabeta.
- Freeman Stoner, J. A. F., R.E., & Gilbert, D. R., Jr. (1997). Strategi pemasaran. Dalam Fandy Tjiptono. Andi.
- Hermawansyah. (2017). Analisis parameter fisik kompos menggunakan metode vermikomposting pada sampah daun kering.
- Iskandar Wassid, & Sunendar, D. (2013). Strategi pembelajaran bahasa remaja. Rosdakarya.
- J. Purwani. (2011). Pemanfaatan *Tithonia diversifolia* (Hamsley) A. Gray untuk perbaikan tanah. Jurnal Gray untuk perbaikan tanah. Balai Penelitian Tanah.

- Jakfar, & Kasmir. (2003). Studi kelayakan bisnis. Prenada Media.
- Kertajaya Hermawan, & Sula, M. S. (2006). Syariah marketing. Gema Insani.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: Analyzing, implementation, and control. Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran. Jakarta: Indeks.
- M. Ismail, & Widjaja Kusuma, M. (2003). Management strategis perspektif syariah. Khairul Bayan.
- M. Reza. (2020). Pengaruh kompos daun bambu dan NPK 16:16:16 terhadap pertumbuhan dan produksi tanaman bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) [Skripsi]. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau.
- Perez, A., et al. (2010). Phytochemical and pharmacological studies on *Mikania micrantha* H.B. K. Experimental Botany.
- Rangkuti, F. (2005). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saefudin Maefita. (2020). Diakses pada Selasa, 15 November 2022, pukul 01:00 WIB.
- Supratikno Hendrawan. (2003). Advanced strategic management: Back to basic approach. PT Grafindo Utama.
- Swastha Basu, D. H. (1999). Azas-azas marketing. Liberty Offset.
- Umar Husein. (2010). Desain penelitian manajemen strategik dan manajemen strategik. Jakarta: Rajawali Press.