

PEMANFAATAN BUAH SIRSAK (*ANNONA MURICATA*) UNTUK PEMBUATAN *PUREE* MENJADI PRODUK SIAP PAKAI DAN PEMASARANNYA

THE USAGE OF SOURSOP FRUIT (ANNONA MURICATA) FOR MAKING PUREE INTO READY TO USE PRODUCT AND ITS MARKETING

Prajna Bala Wiradharma

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Jl. IKPN Bintaro No.1 Pesanggrahan Tanah Kusir, Jakarta Selatan, 12330

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembuatan, kemasan dan teknik pemasaran *puree* sirsak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimental kuantitatif. Buah sirsak yang digunakan berasal dari Garut, Jawa Barat. Hasil uji hedonik, sebanyak 50% responden agak suka terhadap rasa *puree*, 43,3% responden sangat suka terhadap aroma *puree* dan 43,3% responden agak suka terhadap tekstur *puree*. Hasil uji organoleptik, sebanyak 43,3% responden menyatakan rasa cukup asam, 40% responden menyatakan cukup beraroma sirsak dan 66,7% responden menyatakan tekstur cukup halus. Sebanyak 53,3% responden menyatakan kemasan kotak sangat sesuai, karena apabila dalam keadaan beku sangat mudah untuk dikeluarkan. Logo berbentuk lonjong terinspirasi dari bentuk buah sirsak. Analisis pemasaran STP : *Puree* sirsak dikemas dalam ukuran 1 liter, karena konsumen yang dituju adalah *pastry shop* yang produksi dalam kapasitas cukup banyak. Harga jual berkisar Rp. 77.000 berada di bawah harga *puree* yang ada dipasaran Analisis pemasaran metode Mix 4P : *Puree* sirsak baik untuk kesehatan, dapat juga dibuat menjadi *pastry product*, dijual seharga Rp. 77.000,- untuk setiap 1 liter sesuai dengan daya beli pelanggan dan harga kompetitor yang ada di pasaran.

Kata kunci : sirsak, *puree*, siap pakai, pemasaran

ABSTRACT

This study aims to determine the manufacturing process, packaging and marketing techniques of soursop puree. The research method used is quantitative experimental method. The soursop fruit used comes from Garut, West Java. The results of the hedonic test, as many as 50% of respondents liked the taste of puree somewhat, 43.3% of respondents really liked the aroma of puree and 43.3% of respondents liked the texture of the puree somewhat. The results of the organoleptic test, 43.3% of respondents stated that the taste was quite sour, 40% of the respondents stated that it had quite the aroma of soursop and 66.7% of respondents said the texture was quite smooth. As many as 53.3% of respondents stated that the box packaging is very suitable, because when it is frozen it is very easy to remove. The oval-shaped logo is inspired by the shape of the soursop fruit. STP marketing analysis: Soursop puree is packaged in 1 liter size, because the intended consumer is a pastry shop with a large capacity. Marketing analysis of the Mix 4P method: Soursop puree is good for health, can also be made into a pastry product, selling for IDR 77,000 for every 1 liter according to customer purchasing power and competitive prices on the market.

Keywords: soursop; *puree*; ready to use; marketing

Pendahuluan

Sirsak (*Annona muricata L*) merupakan salah satu tanaman buah yang berasal dari

Karibia, Amerika Tengah dan Amerika Selatan. Buah sirsak rasanya manis agak asam sehingga sering dipakai sebagai bahan jus buah. Daging buahnya kaya akan serat. (Teyler, 2002). Daging buah sirsak yang matang dapat dimakan segar atau dibuat jus. Saat ini, sebagian besar sirsak dikonsumsi dalam bentuk minuman olahan.

*) Penulis Korespondensi.

E-mail: prajna@stptrisakti.ac.id

Telp: +62-81282956406

Produk olahan sirsak lainnya berupa jelly, permen atau dodol. (Ashari, 2006).

Buah sirsak terdiri atas 67,5 % daging buah yang dapat dimakan, 20 % kulit, 8,5 % biji, dan 4 % empulur. Biji pada tanaman sirsak bersifat racun dan dapat dimanfaatkan sebagai insektisida alami, sedangkan daun sirsak dapat bermanfaat dalam menghambat pertumbuhan sel kanker dengan menginduksi apoptosis, analgetik, anti disentri, anti asma, *antihelmitic*, dilatasi pembuluh darah, menstimulasi pencernaan, dan mengurangi depresi. Batang dan daun memiliki kandungan zat *annonaceous acetogenins* yang menunjukkan sitotoksik aktif melawan sel kanker, selain mengandung zat *annonaceous acetogenins*, terdapat kandungan flavonoid, Tanin, dan saponin pada ekstrak air daun sirsak, yang berfungsi dalam menghambat pertumbuhan tumor. Selain sifat anti kanker, sirsak juga memiliki sifat anti bakteri, anti jamur, dan efektif dalam melawan berbagai jenis parasit atau cacing, bahkan sirsak dapat mengobati tekanan darah tinggi, depresi, dan stres (Komansilan, dkk., 2012).

Sirsak diperkaya dengan vitamin, mineral, dan serat pangan. Mengonsumsi 100 g daging sirsak dapat mencukupi kebutuhan serat harian sebesar 13%. Dalam 100 g daging sirsak mengandung sekitar 20 mg Vitamin C. Vitamin C dapat membantu menjaga daya tahan tubuh, menghindari diri dari radikal bebas, dan menghindari penuaan dini. Selain itu, buah sirsak banyak mengandung zat mineral penting seperti fosfor sekitar 27 mg dan kalsium 14 mg per 100 g pada buahnya. Kedua kandungan ini adalah nutrisi yang penting untuk kesehatan tulang. (Maria, 2013). Nilai gizi buah sirsak dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Kandungan Zat Gizi Buah Sirsak/100gr

Kandungan	Jumlah	Kandungan	Jumlah
Energi	65,0 kal	Besi	0,60mg
Protein	1,0 g	Vitamin A	1,0 RE
Lemak	0,30 g	Vitamin B1	0,07 mg
Karbohidrat	16,30 g	Vitamin B2	0,04 mg
Kalsium	14,0 mg	Vitamin C	20,0 mg
Fosfor	27,00mg	Niacin	0,70 mg
Serat	2,00 g		

Sumber : Mardiana & Ratnasari (2011)

Menurut (Setyadjit et al., 2005) *Puree* adalah produk antara yang dapat diolah lebih lanjut menjadi aneka produk makanan dan minuman seperti jus, jelly, dodol dan es krim. Sedangkan menurut (Broto, 2003) adalah bahan setengah jadi yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan minuman sari buah atau netar, produk roti dan susu, permen, selai, dan jeli.

Penelitian sebelumnya tentang *puree* sirsak dilakukan penyimpanan selama 12 minggu, dan diketahui *puree* yang disimpan dalam keadaan beku pada suhu -20°C serta 4°C tidak menunjukkan adanya penurunan kandungan nutrisi yang signifikan dan berdasarkan analisa sensorik *Puree* sirsak tersebut masih dapat diterima dan tidak terjadi perubahan warna yang nyata, akan tetapi apabila disimpan pada suhu 15°C *puree* sirsak hanya dapat bertahan selama 6 minggu (Ummi et al., 1997).

Penyimpanan dingin *puree* membutuhkan kemasan. Kemasan menurut Wijayanti (2012) adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada di dalamnya. Kemasan yang baik menurut Widya (2017) adalah sebagai berikut : (1) Memiliki nilai efektivitas (2) Menjamin keamanan produk (3) Memudahkan pengiriman (4) Mudah dikenali (5) Menyertakan informasi bahan dan izin terkait (6) Desain ergonomis (7) Memperhatikan faktor keindahan.

Puree yang telah dikemas siap untuk dipasarkan. Sebelum memasarkan produk harus ada analisa pasar agar produk itu dapat diterima di masyarakat. Terdapat 2 analisa pasar yang digunakan yaitu analisa pasar STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan analisa pasar *marketing mix*.

Analisa pasar STP yaitu : (1) Segmentasi Menurut Tjiptono & Chandra (2012) adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok – kelompok atau segmen – segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, prilaku atau respon terhadap program pemasaran spesifik. (2) *Targeting* adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono & Chandra, 2012). Menurut Daryanto (2011) *targeting* adalah proses mengevaluasi daya tarik segmen pasar dan memilih satu atau beberapa untuk dimasuki. (3) *Positioning* adalah

cara produk, merek, atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relative dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan. (Tjiptono & Chandra, 2012). Menurut Kotler & Keller (2006) *positioning* adalah tindakan desain dalam penawaran perusahaan sehingga menempati posisi yang berbeda dan nilai yang ditempatkan dalam benak pelanggan.

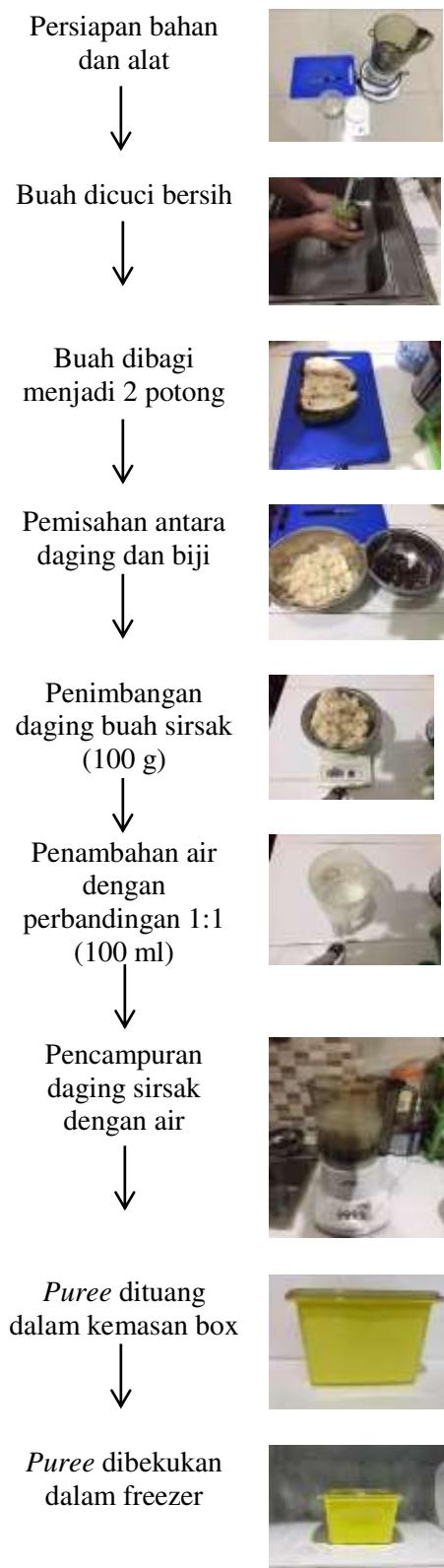
Analisa pasar *marketing mix* atau bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi, dan sistem distribusi (Kotler & Amstrong 2001), (Kotler & Amstrong, 2008), Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Kotler & Amstrong (2008) menyatakan produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis cara pembuatan *puree* sirsak, menganalisis kadar kandungan nutrisi pada *puree* sirsak, menganalisis kemasan yang paling sesuai untuk produk yang terbuat dari *puree* sirsak dan menganalisis cara memasarkan produk yang terbuat dari *puree* sirsak dan tempat pemasarannya.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini berupa metode eksperimental kuantitatif. Bahan yang digunakan dalam pembuatan *puree* adalah daging buah sirsak 100 gram dan air bersih 100 cc. Buah sirsak yang dijadikan *puree* di beli di Pasar Buah Angke dengan harga Rp. 15.000 per kilogram. Sirsak ini didatangkan dari kota Garut. Proses pembuatan *puree* sirsak seperti yang terdapat pada Gambar 1.

Uji panelis dilakukan dengan cara menyebar kuesioner untuk menilai produk *puree* sirsak hasil penelitian. Kuesioner yang akan disebar terbagi menjadi dua jenis yaitu kuesioner uji deskriptif dan kuesioner uji hedonik. Data yang diperoleh dari hasil uji panelis akan ditabulasi menggunakan program *Microsoft Excel 2010*, lalu akan dihitung dan dianalisa menggunakan program *SPSS* versi 25.



Gambar 1. Proses pembuatan *puree* sirsak

Hasil dan Pembahasan

Panelis yang dipilih untuk uji hedonik dan organoleptik *puree* sirsak adalah panelis ahli dan panelis tidak terlatih. Pembagian panelis tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Identitas responden pada uji panelis

Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<i>Jenis Kelamin</i>		
Panelis Ahli		
Laki-laki	5	100%
Perempuan	0	0%
Total	5	100%
Panelis Tidak Terlatih		
Laki-laki	5	20%
Perempuan	20	80%
Total	25	100%
<i>Usia</i>		
Panelis Ahli		
33 tahun	1	20%
40 tahun	1	20%
42 tahun	1	20%
43 tahun	1	20%
46 tahun	1	20%
Total	5	100%
Panelis Tidak Terlatih		
18 tahun	17	68%
19 tahun	8	32%
Total	25	100%

Berdasarkan tabel di atas, jenis kelamin panelis ahli 100% adalah laki – laki, hal ini dikarenakan dosen *pastry* dan *kitchen* lebih banyak laki – laki dan jenis kelamin panelis tidak terlatih terbanyak adalah perempuan sebesar 80 %, hal ini menunjukan bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak beraktifitas di kampus dibanding mahasiswa laki – laki. Sedangkan usia panelis ahli umurnya bervariatif dan jenis kelamin panelis tidak terlatih terbanyak pada usia 18 tahun sebanyak 68 %, karena pada saat penerimaan mahasiswa lebih banyak menerima mahasiswa yang berusia 18 tahun daripada yang berusia 19 tahun.

Parameter uji hedonik terhadap *puree* sirsak adalah rasa, aroma, dan tekstur dari *puree* tersebut. Hasil uji hedonik rasa *puree* sirsak dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Hedonik Rasa *Puree* Sirsak

Keterangan	Jumlah (orang)	Percent (%)
Sangat Tidak Suka	0	0
Tidak Suka	2	6,7
Agak Suka	15	50
Suka	10	33,3
Sangat Suka	3	10
Total	30	100

Dari tabel dapat dilihat bahwa kesukaan panelis terhadap rasa *puree* sirsak yang memilih agak suka sebesar 50,0 %. Panelis yang memilih suka sebanyak 33,3 % dan sangat suka sebanyak 10 %. Panelis yang memilih tidak suka sebanyak 6,7 %. Untuk persentase yang paling besar berada pada skala agak suka karena rasa dari *puree* sirsak sendiri masih biasa dan belum ditambahkan bahan tambahan lain.

Tabel 4. Hasil Uji Hedonik Aroma *Puree* Sirsak

Keterangan	Jumlah (orang)	Percent (%)
Sangat Tidak Suka	0	0
Tidak Suka	1	3,3
Agak Suka	10	33,3
Suka	6	20
Sangat Suka	13	43,4
Total	30	100

Dari tabel dapat dilihat bahwa kesukaan panelis terhadap aroma *puree* sirsak yang memilih sangat suka sebesar 43,4 % dan suka sebanyak 20 %. Panelis yang memilih agak suka sebanyak 33,3 % antar suka dan tidak suka dengan sirsak. Panelis yang memilih tidak suka sebanyak 3,3 %. Persentase yang paling besar berada pada skala sangat suka, karena panelis yang mencicipi *puree* sirsak rata-rata suka dengan buah sirsak.

Tabel 5. Hasil Uji Hedonik Tekstur *Puree* Sirsak

Keterangan	Jumlah (orang)	Percent (%)
Sangat Tidak Suka	0	0
Tidak Suka	0	0
Agak Suka	13	43,3
Suka	9	30
Sangat Suka	8	26,7
Total	30	100

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa kesukaan panelis terhadap tekstur *puree* sirsak yang memilih agak suka sebesar 43,4%. Panelis yang

memilih suka sebanyak 30,0% dan sangat suka sebanyak 26,7%. Panelis yang paling besar berada pada skala agak suka, karena serat dari *puree* sirsak tidak terlalu terasa hanya sedikit kasar.

Hasil Uji Organoleptik

Tabel 6. Hasil Uji Organoleptik Rasa *Puree* Sirsak

Skala Pengukuran	Frequency (orang)	Percent (%)
Tidak Asam	0	0
Tidak Terlalu Asam	10	33,3
Cukup Asam	13	43,3
Asam	6	20,0
Sangat Asam	1	3,30
Total	30	100

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa panelis yang suka terhadap rasa *puree* sirsak yang memilih cukup asam sebesar 43,0%. Panelis yang memilih asam sebanyak 20% dan sangat asam sebanyak 3,30%. Panelis yang memilih tidak terlalu asam sebanyak 33,3%. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa panelis yang memilih cukup asam untuk rasa, karena panelis masih suka dengan rasa asam dari *puree* sirsak. Untuk persentase yang paling besar berada pada skala cukup asam karena rasa dari *puree* sirsak sendiri memang dari jenis buah sirsak ratu atau sirsak manis yang rasanya tidak terlalu asam seperti sirsak biasa.

Tabel 7. Hasil Uji Organoleptik Aroma *Puree* Sirsak

Skala Pengukuran	Frequency (F)	Percent (%)
Tidak Beraroma Sirsak	0	0
Tidak Terlalu Beraroma Sirsak	0	0
Cukup Beraroma Sirsak	12	40,0
Beraroma Sirsak	9	30,0
Sangat Beraroma Sirsak	9	30,0
Total	30	100

Dari tabel dapat dilihat bahwa panelis yang suka terhadap aroma *puree* sirsak yang memilih cukup beraroma sirsak sebesar 43,4 %. Panelis yang memilih beraroma sirsak dan sangat beraroma sirsak sebanyak 30,0 %. Dari table di

atas dapat disimpulkan bahwa yang memilih cukup beraroma sirsak, karena *puree* sirsak ini sudah dicapur dengan air untuk aromanya tidak terlalu kuat. Persentase yang paling besar berada pada skala cukup beraroma sirsak, karena *puree* sirsak ini sudah tercampur dengan air sehingga aroma sirsaknya tidak terlalu kuat.

Tabel 8. Hasil Uji Organoleptik Tekstur *Puree* Sirsak

Skala Pengukuran	Frequency (F)	Percent (%)
Tidak Halus	0	0
Tidak Terlalu Halus	1	3,3
Cukup Halus	20	66,7
Halus	7	23,3
Sangat Halus	2	6,7
Total	30	100

Dari tabel dapat dilihat bahwa panelis suka terhadap tekstur *puree* sirsak yang memilih cukup halus sebesar 66,7%. Panelis yang memilih halus sebanyak 23,3% dan sangat halus sebanyak 6,7%. Panelis yang memilih tidak terlalu halus sebanyak 3,3%. Dari table di atas dapat disimpulkan bahwa panelis yang memilih cukup halus, karena *puree* sirsak ini dibuat agak sedikit kasar. Presentase yang paling besar berada pada skala cukup halus, karena serat dari *puree* sirsak agak sedikit kasar.

Jenis kemasan yang digunakan untuk *puree* sirsak ada 2 seperti yang terdapat dalam Tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Jenis kemasan dan gambar kemasan yang digunakan untuk *puree* sirsak

Jenis kemasan	Gambar kemasan
Kemasan Kotak	
Kemasan Botol	

Tabel 10. Hasil Uji Kemasan *Puree* Sirsak

Skala Pengukuran	Frequency (orang)	Percent (%)
Kemasan Kotak		
Sangat Tidak Sesuai	0	0
Tidak Sesuai	0	0
Cukup Sesuai	2	6,7
Sesuai	12	40,0
Sangat Sesuai	16	53,3
Total	30	100
Kemasan Botol		
Sangat Tidak Sesuai	1	3,3
Tidak Sesuai	13	43,3
Cukup Sesuai	7	23,3
Sesuai	7	23,3
Sangat Sesuai	2	6,7
Total	30	100

Dari data tabel di atas panelis paling banyak memilih sangat sesuai sebesar 53,3 %,. Panelis yang memilih sesuai juga sebanyak 40 %. Sedangkan yang memilih cukup sesuai sebesar 6,7 %. Dari data table di atas dapat disimpulkan bahwa yang memilih sangat sesuai dan sesuai, karena kemasan kotak sangat mudah untuk pengemasan dan juga sangat mudah dikeluarkan apabila dalam keadaan beku. Panelis yang memilih cukup sesuai, karena melihat kemasan botol juga baik untuk kemasan *puree* sirsak. Presentase yang paling besar berada pada skala sangat sesuai, karena kemasan kotak ini paling mudah untuk dikeluarkan apabila dalam keadaan beku.

Dari tabel di atas panelis yang tidak sesuai sebanyak 43,3 % dan yang memilih sangat tidak sesuai sebanyak 3,3 %. Panelis yang memilih cukup sesuai sebanyak 23,3 %. Panelis yang memilih sesuai sebanyak 23,3 % dan yang memilih sangat sesuai sebanyak 6,7 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Panelis yang memilih tidak sesuai dan sangat tidak sesuai karena mereka lebih cocok dengan kemasan kotak. Panelis yang memilih cukup sesuai karena mereka suka dengan kedua kemasan baik kotak maupun botol. Panelis yang memilih sesuai dan sangat sesuai, karena mereka lebih suka dengan kemasan botol dibandingkan kotak. Persentase yang paling besar pada skala tidak sesuai, karena kemasan kotak lebih mudah pengemasan dan pengeluarannya apabila produknya dalam keadaan beku.

Logo, Nama, Warna dan Slogan

Logo berbentuk lonjong untuk mewakili produk yang akan dijual, yang dimana gambar bulat lonjong terinspirasi dari bentuk buah sirsak yang bulat memanjang. Nama Sirsi Fruit diambil dari singkatan buah sirsak, agar para konsumen lebih cepat mengenal produk *puree* tersebut. Warna dasar hijau dari logo Sirsi Fruit mewakili buah - buahan sirsak yang segar alami. Warna putih dari tulisan Sirsi Fruit mewakili daging buah sirsak yang berwarna putih. Slogan “*Fresh and Healty*” dibuat untuk mewakili dimana *puree* sirsak ini berasal dari buah-buahan segar dan juga sangat bermanfaat untuk kesehatan tubuh.



Gambar 2. Logo



Gambar 3. Nama

Puree sirsak memiliki kandungan antioksidan yang sangat banyak salah satunya adalah Vitamin C yang terdapat pada *puree* sirsak sebesar 0,13 mg per 100 gr. Antioksidan ini dapat mencegah berbagai macam penyakit seperti asam urat, kolesterol, darah tinggi. Kandungan gizi *puree* sirsak tersebut ikut ditampilkan dalam kemasan.

Analisis Kandungan Gizi

Kandungan	Jumlah	Kandungan	Jumlah
Energi	325,00 kal	Besi	3,00 mg
Protein	5,0 g	Vitamin A	5,00 RE
Lemak	1,50 g	Vitamin B1	0,35 mg
Karbohidrat	81,50 g	Vitamin B2	0,20 mg
Kalsium	70,00 mg	Vitamin C	0,65 mg
Fosfor	135,00 mg	Niacin	3,5 mg
Serat	10,00 g	Komposisi	
		Sirsak	
		Air	

Gambar 4. Tabel Kandungan Gizi *puree* sirsak pada kemasan

Harga Pokok Penjualan (HPP)Tabel 11. Varibel Cost *Puree* Sirsak : 3 CUP @ 1 lt

Nama Produk	Ukuran	Harga	Harga 3 Cup
Buah Sirsak	4 KG	Rp. 60.000	Rp. 60.000
Air Aqua Kemasan	19 LT	Rp. 17.000	Rp. 1.500
Stiker	3 PCS	Rp. 19.500	Rp. 19.500
TOTAL		Rp. 97.500	Rp. 32.500 / 3 CUP

Fix Cost

Gaji Karyawan :

1 orang x @ Rp. 600.000,- x 12 bulan = Rp. 7.200.000

Biaya Listrik dan Air :

1 x @ Rp. 300.000 x 12 bulan = Rp. 3.600.000

Total = Rp. 10.800.000

Biaya tetap untuk gaji karyawan , biaya listrik dan air adalah biaya tetap operasional yang akan di tambahkan dengan *variable cost* untuk menghitung HPP.

Harga Pokok Penjualan

Dalam sehari, Sirsi Fruit mampu menghasilkan 50 Cup dengan ukuran kotak 1 liter. Biaya yang diperlukan untuk 1 cup *puree* sirsak Rp. 32.500,-, Sirsi Fruit menargetkan penjualan 1500 cup dalam sebulan, 18.000 cup dalam setahun.

Unit Cost : *Variabel Cost* + (*Fixed Cost* / *Target Sales*)

: 32.500 + (10.800.000 / 1800)

: 32.500 + 6000

: 38.500

Price : *Unit Cost* / (1 – *Desired Return on Sales*)

: 38.500 / (1 – 0,5)

: 77.000

Harga diatas adalah harga jual untuk *puree* sirsak per cup sebesar Rp. 77.000 nett.

Pemasaran STP (Segmenting, Targeting dan Positioning)

Segmenting : *Puree* sirsak ini di buat untuk pastry shop, agar lebih mudah dan praktis untuk produksi.

Targeting : *Puree* sirsak ini dikemas dalam ukuran 1 liter, karena konsumen yang dituju adalah *pastry shop* yang memproduksi berbagai macam mousse dan pudding.

Positioning : *Positioning* *puree* sirsak ini di pasaran harganya berada di bawah *puree* yang ada dipasaran. Karena *puree* dipasaran kebanyakan di import dari luar negeri dan harganya juga cukup mahal. Untuk *puree* sirsak ini bahan baku dari dalam negeri, sehingga harga jual di pasaran berkisar Rp. 77.000. *Puree* sirsak buatan dalam negeri ini , harganya dapat lebih bersaing dengan *puree* yang ada di pasaran.

Tabel 12. Daftar Harga Produk *Puree* Yang Ada Dipasaran

Merek Import	Harga	Selisih Harga Dengan Sirsi Fruit	Selisih Percent Harga Dengan Sirsi Fruit
RaviFruit <i>Puree</i> 1 L	Rp. 152.000	Rp. 75.000	97,4 %
Boiron <i>Puree</i> 1 L	Rp. 215.000	Rp. 138.000	179,2 %
Fruit Rouges <i>Puree</i> 1 L	Rp. 187.000	Rp. 110.000	142,9 %
Denali Fruit <i>Puree</i> 2 L	Rp. 235.000	Rp. 158.000	205,2 %
Merek Lokal			
Jardin <i>Puree</i> 1 L	Rp. 135.000	Rp. 58.000	75,3 %
Genova 1 L	Rp. 105.000	Rp. 28.000	36,4 %
Sirsi Fruit <i>Puree</i>	Rp. 77.000		

Dari tabel di atas diketahui bahan *puree* import lebih mahal dibandingkan *puree* produksi dalam negeri. Lebih baik memproduksi buah-buah lokal agar harga jual dapat bersaing dan dapat di eksport ke luar negeri.

Marketing Mix 4P (*Product, Price, Place, Promotion*)

Product

Produk Sirsi Fruit adalah produk yang dibuat dari buah-buah lokal dalam negeri, dimana *puree* sirsak ini banyak manfaatnya untuk kesehatan. *Puree* sirsak selain baik untuk kesehatan, dapat juga dibuat menjadi *pastry product*. *Puree* sirsak ini dibuat agar dapat bersaing dengan *puree* yang ada dipasaran.

Price

Produk akan dijual seharga Rp, 77.000,- untuk setiap 1 Liter. Nilai ini telah di pertimbangkan dengan menghitung harga pokok penjualan. Harga saat ini juga sesuai dengan daya beli pelanggan, dan harga produk kompetitor yang ada di pasaran.

Place

Distribusi produk akan diperoleh terutama melalui empat cara berbeda. Pertama, produk dapat di beli secara langsung di tempat produksi. Kedua, produk tersebut dapat dibeli melalui telepon dan akan dikirim langsung ke pembeli. Ketiga, akan bisa di dapatkan melalui event saat Sirsi Fruit mengikuti pameran. Keempat, dapat di beli melalui aplikasi online yang akan dengan mudahnya dapat mengambil produk dan mengirimkannya secara langsung. Contohnya *Gojek* atau *Grab*.

Promotion

Promosi produk Sirsi Fuit akan di lakukan oleh media sosial dan pemasaran langsung. Pasaran media sosial seperti *Instagram*, Tokopedia, Shopee dan Bukalapak akan digunakan. Pemasaran langsung, seperti brosur, mulut ke mulut, dan event bazar, juga dilakukan ketika waktunya tepat.

Kesimpulan

Puree sirsak sangat banyak manfaat dan sangat baik untuk tubuh, karena antioksidan dalam buah sirsak sangat tinggi. Untuk mengetahui kandungan gizi dalam *puree* sirsak maka dilakukan uji lab untuk mengetahui kadar vitamin C yang ada di dalam *puree* sirsak, yang terbukti tinggi dengan nilai 0,13 mg / 100 gr. *Puree* sirsak akan di kemas menggunakan

kemasan kotak, yang ramah lingkungan dan dapat di daur ulang, bukan untuk konsumsi Individu. *Puree* sirsak ini akan di pasarkan ke *Pastry shop, Café, dan Restaurant*. Penelitian ini berfokus pada suplai *Pastry shop*.

Daftar Pustaka

- Ashari, S. (2006). Meningkatkan Keunggulan Bebuahan Tropis Indonesia. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Broto, W. (2003). Mangga: Budidaya, Pascapanen, dan Tata Niaganya. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Kotler dan Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran (*Principles Of Marketing*), Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Maria. (2013). Kandungan Nutrisi dan Manfaat Buah Sirsak Untuk Kesehatan.
- Setyadjit, Widaningrum dan Sulisti P, (2005). Agroindustri puree mangga : Mengatasi panen berlimpah. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian 27(5):4-5.
- Teyler, Leslie. (2002). Herbal Secrets of The Rainforest.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. ANDI : Yogyakarta.
- Umme A, Asbi B.A, Salmah Y, Junainah A.W, Jamilah B. 1997. Characteristics of Soursop Natural Puree and Determination of Optimum Conditions for Pasteurization. J.Food Chemistry 58: 1 19-1 24.
- Wijayanti, Titik. (2012) Management Marketing Plan, PT Elex media Komputindo, Jakarta.