

KIAT DAN PROSEDUR PEMASARAN MANGGA DALAM DAN LUAR NEGERI (MEMBANGUN JEJARING PEMASARAN PRODUK LOKAL)

Rika Nalinda
STPP Jurluhtan Yogyakarta

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu produsen mangga terbesar di dunia, namun nilai ekspor mangga Indonesia masih rendah. Oleh karena itu, pengetahuan tentang prosedur dan kiat pemasaran diperlukan untuk meningkatkan daya saing mangga Indonesia di pasar nasional dan internasional yang dapat diwujudkan melalui kualitas produk, produktivitas yang tinggi, harga yang bersaing, dan pelayanan yang baik. Sebelum mangga di pasarkan ada baiknya kita mengetahui Standar Operasional Prosedur pasca panen buah mangga yang dikeluarkan oleh lembaga standardisasi. Tahapan proses penanganan pasca panen mangga bisa diurut sebagai berikut : panen mangga, sortasi, pelilinan, pengemasan, adaptasi, penyimpanan, pengangkutan Pemasaran Mangga Ke Pasar Induk Buah (Lokal) ke Pasar Induk Ambarketawang, Gampingdi Kios buah Agro Buah menggunakan Sistem kerjasama dengan cara sistem komisi : Sistem Pembayaran dilakukan dengan cara dibayar tunai setelah buah kiriman habis terjual. boleh juga dibayar awal maksimal separo dari nilai harga buah sesuai dengan yang diperhitungkan. Buah yang dipasarkan buah mangga dengan *grade* A atau Mutu I. Secara umum standar mutu buah mangga berdasarkan golongannya atau berdasarkan SNI No 01-3164-1992. Pemasaran mangga ke pasar modern lokal Superindo mempunyai syarat agar buah diterima yaitu :keadaan buah masih segar. penanganan atau pengelolaan hasil harus serba cepat setelah lepas panen. terutama dalam pengepakan, perlindungan pada waktu distribusi dan sebagainya, bebas dari kerusakan (cacat). bebas dari bahan-bahan lain yang dianggap asing. Bentuk dan warna tanaman yang seragam. Serta ukuran yang besar. buah telah melalui proses penyortiran dan pewadahan berdasarkan kelas mutunya. syarat mutu sesuai dengan SNI No 01-3164-1992. Pemasaran Mangga oleh Perusahaan Ekspor Buah Alamanda Sejati Utama di Kabupaten Bandung ke berbagai negara. selalu terbuka untuk kemitraan mangga persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi adalah. Kualitas sebagai kunci utama untuk memasuki pasar internasional, selanjutnya kontinuitas & kuantitas, *food safety & traceability*. dan kemitraan rantai pasokan buah untuk ekspor. Strategi pemasaran mangga terutama untuk ekspor dapat digunakan melalui promosi secara terintegrasi oleh pemerintah melalui penerapan standardisasi kebun mangga untuk menghasilkan buah berkualitas yang sesuai dengan permintaan pasar , peningkatan kerjasama antara eksportir dengan petani untuk meningkatkan ketersediaan mangga berkualitas optimalisasi peran intelijen pemasaran untuk memperoleh informasi karakteristik pasar dan pembangunan *one stop service* per wilayah mangga yang meliputi penanganan pascapanen, dokumen ekspor, dan pengangkutan

Kata kunci: mangga, pemasaran, prosedur, kiat

Produksi mangga Indonesia pada tahun 2011 sebesar 2,1 juta ton meningkat hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya dengan sentra produksi mangga adalah Jawa Timur (35% dari total produksi nasional), Jawa Barat (17%), dan Jawa Tengah (16%)) Kementerian Pertanian ,2012). Meskipun Indonesia merupakan salah satu produsen mangga terbesar di dunia, namun nilai ekspor mangga Indonesia masih rendah. Untuk dapat memperluas pasar, meningkatkan volume perdagangan, dan bersaing dengan eksportir negara lain, diperlukan upaya perbaikan dari semua pihak yang terlibat dalam pemasaran mangga, baik petani, pengumpul, pedagang, eksportir, maupun pemerintah. Oleh karena itu,

pengetahuan tentang prosedur dan kiat pemasaran diperlukan untuk meningkatkan daya saing mangga Indonesia di pasar nasional dan internasional yang dapat diwujudkan melalui kualitas produk, produktivitas yang tinggi, harga yang bersaing, dan pelayanan yang baik.

Mangga termasuk kedalam kelompok buah batu (drupa) yang berdaging dengan memiliki ukuran dan bentuk yang berbeda-beda bergantung pada spesiesnya, mulai dari bulat, bulat telur hingga lonjong memanjang Panjang buah berkisar antara 2,5–30 cm. Kulit buah mangga agak tebal berbintik kelenjar berwarna hijau, kekuningan atau kemerahan saat masak. Daging buah jika masak berwarna merah jingga, kuning atau krem, berserat atau tidak, manis sampai masam dengan banyak air dan berbau kuat sampai lemah. Biji berwarna putih, gepeng memanjang tertutup endokarp yang tebal, mengayu dan berserat

Klasifikasi ilmiah mangga adalah sebagai berikut : *Kerajaan: Plantae, Kelas: Magnoliopsida, Ordo: Sapindales, Famili: Anacardiaceae, Genus: Mangifera, Spesies: M. indica. Nama binomial: Mangifera indica*

Sebelum mangga di pasarkan ada baiknya kita mengetahui Standar Operasional Prosedur pasca panen buah mangga yang dikeluarkan oleh lembaga standardisasi. Tahapan proses penanganan pascapanen mangga bisa diurut sebagai berikut : panen mangga, sortasi, pelilinan, pengemasan, adaptasi, penyimpanan, pengangkutan selanjutnya dapat dijabarkan dalam penjelasan berikut ini :

a. Pemanenan

Buah mangga untuk dipasarkan bisa dipanen dengan tingkat ketuaan 85% yaitu berumur 110 - 120 hari semenjak bunga mekar dengan warna hijau dengan pangkal kemerahan. Buah mangga dipanen dengan menyisakan tangkai sepanjang 10 - 15 mm. Hal ini dikarenakan dengan menyisakan tangkai tidak akan terjadi penyebaran getah. Waktu petik yang disarankan adalah pada pagi hari yaitu pada pukul 07.00 - 08.00 WIB. Pengemasan Sortasi dan grading Pelilinan Adaptasi Penyimpanan Pengangkutan Konsep SOP untuk Penanganan Pascapanen (Dewandari.dkk, 2009) disesuaikan pada budaya serta kebiasaan daerah setempat. Setelah pemetikan sebaiknya buah jangan langsung terkena sinar matahari karena akan mempercepat kerusakan buah (Firdaus dan Wagiono, (2008) dalam Dewandari, dkk 2009).

b. Sortasi dan Grading

Sortasi bertujuan untuk memisahkan buah yang layak jual dan tidak layak dijual agar diperoleh buah yang seragam bentuk, warna, ukuran dan kematangannya sedangkan grading dilakukan untuk memperoleh buah yang seragam ukurannya (besar, sedang, kecil atau sangat kecil) (Setyabudi et al., 2007 dalam Dewandari, dkk 2009).

c. Pelilinan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, pelilinan 6% yang diikuti dengan penggunaan benomyl 1000 ppm dan glossy agent dengan konsentrasi 0,125% dapat mempertahankan kesegaran buah hingga

mencapai minggu ke 4 dibandingkan dengan buah tanpa pelilinan.. Perlakuan pelilinan buah dilakukan dengan cara pencelupan atau penyemprotan menggunakan emulsi lilin selama 10 - 30 detik. Kemudian dilakukan penirisan dengan membiarkan kering angin atau menggunakan kipas angin guna mempercepat proses pengeringan. Penelitian yang dilakukan oleh Prusky et al (1999) (dalam Dewandari, dkk 2009) yang melakukan pelilinan pada buah mangga dapat menurunkan serangan antracnose.

d. Pengemasan

Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya dan melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran) (Broto, W., 2003 dalam Dewandari, dkk 2009).

Untuk pemasaran ekspor, sebelum dimasukkan ke dalam karton, mangga diberi pelapis net foam. Setelah dilakukan pengemasan dengan net foam, baru kemudian dimasukkan ke dalam karton yang dibagikan dalam diberi pelapis lilin. Ukuran karton yang digunakan adalah 40x30x10 cm dengan isi tiap karton 2 kg

e. Adaptasi

Adaptasi suhu diperlukan untuk mencegah terjadinya chilling injury. Pada penelitian ini adaptasi suhu dilakukan pada suhu 15° C selama 24 jam. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian yang menggunakan suhu adaptasi pada 15° C yang dapat mempertahankan kesegaran buah selama 4 minggu (Lam and Ng, 1984 dalam Dewandari, dkk 2009). Setelah buah dikemas kemudian dilakukan adaptasi pada cold room. Setelah tercapai suhu yang diinginkan, buah dipindahkan ke ruang berpendingin dengan suhu 10° C untuk penyimpanan.)

f. Penyimpanan

Penyimpanan dingin buah klimakterik selain mengakibatkan tertundanya kematangan buah juga berpengaruh pada respon jaringan terhadap etilen. Hal ini berarti, buah memerlukan waktu kontak lebih lama dengan dosis etilen tertentu untuk mengawali kematangannya pada suhu rendah (Broto, W, 2003 dalam Dewandari, dkk 2009). Buah yang telah disimpan kemudian dikeluarkan dan diekspose pada suhu 18 - 20° C hingga matang. Penentuan suhu ekspose ini didasarkan pada suhu di supermarket dan swalayan.. Tetapi pada saat buah diekspose di suhu 18 - 20° C buah mengalami matang sempurna.

Buah masih dalam keadaan segar dan bebas serangan penyakit hingga pada minggu ke 3 di mana buah matang pada hari ke 6. Pada buah dengan perlakuan, serangan penyakit pascapanen baru muncul pada hari ke-6. Selain itu tekstur buah juga sudah lunak. Mangga tanpa perlakuan pada hari ke 2 sudah mulai terserang penyakit. Beberapa penyakit yang menyerang buah mangga setelah panen adalah :serangan Antraknosa. dan Botryodiplodia sp .

Dengan selesainya perlakuan pada semua tahapan maka mangga pun siap untuk dipasarkan baik pasar lokal, tradisional dan modern maupun pasar ekspor. Selanjutnya bias dilihat pengalaman dan prosedur pemasaran mangga di berbagai tingkatan

Pemasaran Mangga

Pemasaran Mangga Ke Pasar Induk Buah (Lokal)

Sebagai contoh nyata akan diambilkan pemasaran ke **Pasar Induk Ambarketawang**, Gamping. Pasar induk Ambarketawang merupakan pusat pasar dengan **skala pembelian dan penjualan besar** di Yogyakarta. **Kios buah Agro Buah** di pasar ini menerima berbagai macam produk buah segar. **Sistem kerjasama yang dilakukan oleh kios ini adalah dengan carav sistem komisi** : Agrobuah menjualkan titipan dengan harga sebaik mungkin. Dimana total hasil penjualan dikurangi biaya operasional. Biaya Operasioanl yang diperhitungkan diantaranya : Ongkos mobil, ongkos tenaga bongkar, peti, ongkos tenaga sortir mangga, komisi penjualan 7%. Laba bersih adalah milik pengirim. **Sistem Pembayaran dilakukan dengan cara dibayar tunai** setelah buah kiriman habis terjual. Tapi boleh juga dibayar awal sebahagian maksimal separo dari nilai harga buah sesuai dengan yang diperhitungkan. Sebagai contoh apabila total harga buah 10 jutamaka bisa dibayarkan awal atau bon maksimal 5 juta. **Buah yang diterima di Pasar ini sudah ditentukan standarnya.** Buah yang dipasarkan buah mangga dengan grade A atau Mutu I. Menerima mangga dalam berbagai jenis tentu saja mangga yang dimaksud sudah memenuhi standar yang disebutkan diatas. Secara umum standar mutu buah mangga berdasarkan golongannya atau berdasarkan SNI No 01-3164-1992.

Pemasaran Mangga Ke Pasar Modern Lokal

Sebagai contoh pasar moderen lokal adalah Superindo. Superindo yang selalu mendukung produk-produk lokal, dsngan komitmen untuk memajukan perekonomian lokal dengan bermitra bersama petani lokal, dan memberdayakan UMKM yang menjadi pemasok bagi gerai-gerai Super Indo. Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh petani (supplier) sebagai berikut: Mampu menjamin kontinuitas suplai barang yang akan dipasok ke Super Indo (selama musim masih berlangsung apabila barang tersebut adalah barang musiman). Memberikan harga yang kompetitif dibandingkan dengan harga pasar. Memberikan dukungan / support untuk pelaksanaan promosi secara berkala. Mendukung program-program Super Indo. Kualitas barang merupakan kualitas yang baik sesuai dengan spesifikasi Super Indo. Memiliki kemampuan pengiriman yang baik untuk mengirim barang ke toko atau ke pusat distribusi barang.

Sejak tahun 1997, Super Indo tumbuh dan berkembang bersama masyarakat Indonesia melalui kemitraan antara Salim Group, Indonesia dan Ahold Delhaize, Belanda. Super Indo menyediakan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat,

dan lokasi toko yang mudah dijangkau. Kesegaran dan kualitas produk selalu dijaga melalui pilihan sumber yang baik dan penanganan dengan standar prosedur operasional yang selalu dipantau. Hal ini menjadikan Super Indo sebagai pilihan tempat berbelanja yang selalu "Lebih Segar", "Lebih Hemat" dan "Lebih Dekat". Dalam menyediakan produk-produk segar dari sumber yang baik, Super Indo memiliki standar prosedur operasional di semua lini kerja yang terjaga.

Penanganan lepas panen ada kaitannya dengan kebutuhan dan kehendak konsumen terkait dengan komoditas buah-buahan. Syarat buah secara umum yang diterima oleh swalayan atau Superindo yaitu :

- a. Apabila hasil tanaman berupa sayuran dan buah-buahan atau jenis hortikultura lainnya, yang dikehendaki yaitu keadaan yang masih segar. Untuk itu penanganan atau pengelolaan hasil harus serba cepat setelah lepas panennya. Hal tersebut terutama dalam hal pengepakan, perlindungan pada waktu distribusi dan sebagainya.
- b. Umumnya hasil tanaman yang dikehendaki bebas dari kerusakan (cacat). Selain itu bebas dari bahan-bahan lain yang dianggap asing.
- c. Bentuk dan warna tanaman yang seragam. Serta ukuran yang besar.
- d. Dalam bentuk yang terolah, diutamakan buah telah melalui proses penyortiran dan pewadahan berdasarkan kelas mutunya.
- e. Syarat mutu sesuai dengan SNI No 01-3164-1992.

Gambar produk buah mangga yang di jual di supermarket dapat dilihat pada gambar berikut ini :





Gambar.1. Buah mangga di Supermarket

Pemasaran Mangga Melalui Perusahaan Ekspor

Perusahaan Ekspor Buah Alamanda Sejati Utama di Kabupaten Bandung telah melakukan ekspor ke berbagai negara. Perusahaan ini selalu terbuka untuk kemitraan mangga. Tentu saja ada persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi.

Tabel 1.Deskripsi Persyaratan Mangga Harum Manis dan Mangga Gedong untuk Ekspor

Deskripsi	Mangga Harum Manis	Mangga Gedong
Spesifikasi	Grade A : 500 gram up/pcs (Size 17 –20 pcs) Grade B : 400 –≤ 500 gram/pcs (Size 21 –24 pcs) Kematangan 80 % Buah bersih Buah tidak flek hitam / kotor getah Buah tidak cacat (mekanis)	Berat 200 gram up/pcs oWarna 20 –80 % kuning oBuah tidak bergetah oBuah tidak flek hitam / kotor oBuah tidak cacat (mekanis)
Kemasan	Grade A : Packing karton, net 10 kg (17 –20 pcs) Grade B : Packing karton, net 10 kg (21 –24 pcs	Packing karton, net 10 kg
Penanganan Produk	-Panen , tersusun di keranjang (sisi keranjang terlapis kertas) -Sortasi –grading -Pembersihan (Hot Water Treatment) -Pengemasan karton box -Baik disimpan pada suhu 12 -15° C	-Panen , tersusun di keranjang (sisi keranjang terlapis kertas) -Sortasi –grading -Pembersihan (Hot Water Treatment) -Pengemasan karton box -Baik disimpan pd suhu 12 -15° C
Masa Pajang	-5(lima)hari	5(lima)hari
SentraProduksi	-Majalengka,Cirebon, Indramayu –Pemalang Probolinggo, Situbondo Bali	-Majalengka,Cirebon, Indramayu
Gambar Buah		

Sumber : Alamanda. 2016.

Persiapan yang harus dilakukan untuk memasuki pasar ekspor adalah sebagai berikut .

1.Kualitas: Kualitas kunci utama untuk memasuki pasar internasional, karena harus bersaing dengan produk sejenis dari negara lain. Apalagi waktu yang dibutuhkan dari sejak panen sampai dengan ketangan konsumen jauh lebih lama dibandingkan dijual lokal.**2.Kontinuitas&Kuantitas:** Sebagai eksportir kita berhubungan dengan importir di negara penerima barang yang diekspor. Importir mensyaratkan kontinuitas dan kuantitas komoditi yang diimport karena mereka juga terikat kontrak untuk memasok pasar swalayan ,hotel, atau restoran yang permintaannya relatif stabil sepanjang tahun. Importir biasanya segera mengganti eksportirnya yang tidak dapat memenuhi komitmentnya. Sekali importir berpindah ke eksportir lain maka sangat sukar untuk merebut kembali importirdinegara yang dituju.**3.Harga:** Pasar ekspor sangat terbuka & bebas (freemarket), Karena itu, persaingan harga menjadi sangat ketat. Harga relatif stabil, tidak selalu harga ekspor selalu lebih tinggi dari pasar lokal, Dituntut untuk berproduksi secara efisien apabila ingin tetap bertahan. **4. Food Safety & Tracebility** merupakan

persyaratan yg diminta oleh negara pengimport produk hortikultura, untuk melindungi konsumennya. Sekarang telah diberlakukan dinegara Eropa & sebentar lagi secara bertahap diikuti negara lainnya. Perlunya aplikasi SOP/GAP, registrasi kebun & diikuti oleh sertifikasi GAP. Negara Tujuan Ekspor Buah Mangga Singapura Hongkong Dubai. alaysia Hongkong Selandia Baru. 5. **Kemitraan Rantai Pasokan Buah Untuk Ekspor meupakan k**unci rantai pasokan hortikultura untuk ekspor. **Peluang kemitraan** komoditi yang diekspor adalah produk dari petani/gapoktan yang bermitra. Untuk menjaga kontinuitas dan meningkatkan volume ekspor sampai ini terus melakukan ekspansi dalam program kemitraan. Komoditi mangga dengan kebutuhan besar adalah; Mangga Harumanis, Mangga Gedong,. Berikut ini dipaparkan persyaratan mangga harum manis dan mangga gedong yang diperlukan untuk ekspor.

Penutup

Strategi pemasaran mangga terutama untuk ekspor dapat digunakan melauai promosi secara terintegrasi oleh pemerintah melalui penerapan standardisasi kebun mangga untuk menghasilkan buah berkualitas yang sesuai dengan permintaan pasar , peningkatan kerjasama antara eksportir dengan petani untuk meningkatkan ketersediaan mangga berkualitas optimalisasi peran intelijen pemasaran untuk memperoleh informasi karakteristik pasar dan pembangunan *one stop service* per wilayah mangga yang meliputi penanganan pascapanen, dokumen ekspor, dan pengangkutan (Salma dkk. 2014)

REFERENSI

Dewandari KT, Ira M, Dondy AS. 2009. *Konsep Sop Untuk Penanganan Pascapanen Mangga Cv. Gedong Untuk Tujuan Ekspor*. Jurnal Standardisasi vol.11 no.1 tahun 2009. Jakarta

<http://agrobuah.com/usaha-jual-beli-buah-dan-budidaya-buah.html>

https://www.superindo.co.id/korporasikeberlanjutan/corporate/about_us

<http://ipbtraining.com/wp-content/uploads/2016/03/Sharing-Alamanda-Sejati-Utama.pdf> *Pengalaman Ekspor Buah Alamanda Sejati Utama Bandung- 2016*.

Purnama, IN, Sarma, M, Dan Najib, M. 2014. *Strategi Peningkatan Pemasaran Mangga Di Pasar Internasional*. Jurnal Hortikultura Vol. 24 No1. E-Jurnal Litbang Pertanian. Bogor.

Lampiran. Gambar Alur Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penangan Mangga Siap Ekspor



Kegiatan di tingkat petani, panen, sortasi dan paking siap di kirim oleh perusahaan eksportir AlamandaSejati Utama.