

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kecamatan Cilegon merupakan salah satu dari 8 (delapan) kecamatan yang berada di wilayah Pemerintah Daerah Kota Cilegon yaitu Cibeber, Pulomerak, Ciwandan, Jombang, Citangkil, Grogol dan Purwakarta. Sebelumnya Kecamatan Cilegon bersama dengan Pulomerak dan Kecamatan Ciwandan merupakan salah satu wilayah yang di koordinir oleh seorang pembantu wilayah Bupati (Wedana) atau merupakan suatu wilayah kewedanan. Pada tahun 1986 Kewedanan Cilegon berubah bentuk pemerintahannya menjadi Kota Administratif yang merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Serang. Kemudian pada tanggal 21 April 1999 Kota Cilegon terbentuk, yang merupakan kota otonom dan secara yuridis dibentuk berdasarkan UU No. 15 Tahun 1999. Sebagai kota yang secara geografis berada pada ujung barat pulau Jawa serta merupakan pintu gerbang utama yang menghubungkan lokasi bagi berbagai kegiatan industri, baik industri berat ataupun menengah. Ciwedus adalah sebuah kelurahan di kecamatan Cilegon, Kota Cilegon, Banten, Indonesia.

Toko Bu Deddy's Kripik (Pisang) milik bu Vivi Ilsafat Miraz yang beralamat Jl. Mawar 1 Blok. F. 10 No. 1 Rt. 003/004 BBS II Ciwedus Koday Cilegon Banten merupakan salah satu UMKM makanan ringan yang menggunakan bahan baku pisang. Pemilik usaha ini bernama Vivi Ilsafat Miraz. Nama usaha Bu Deddy's diambil dari nama suami pemilik yaitu "Pa Deddy". Saat ini, usahanya tak hanya dikenal di Provinsi Banten saja. Pesannya sudah sampai ke Provinsi

lain. Butuh waktu 11 tahun untuk mendapatkan pengakuan itu. Usaha ini berdiri sejak tahun 2011 dan eksis hingga sekarang, dimana pada waktu itu hanya berjualan diwarung kecil saja, selain itu juga dititipkan ke warung-warung yang lain juga. Usaha ini sebagian besar berbahan baku pisang tanduk, dimana terus melakukan perubahan agar rasanya pas dilidah.

Banyaknya pesanan membuat usaha ini mulai dikenal, dan memproduksi hingga 2 ton pisang dalam 3 hari. Berani berinovasi adalah salah satu kunci agar usaha ini terus mengalami perkembangan dan mampu dalam menghadapi persaingan dan mampu bertahan dipasaran. Untuk menarik minat pembeli, usaha ini beberapa kali mengganti kemasan dengan tampilan produk yang lebih menarik dan melengkapi semua izin produk. Keripik pisang Bu Deddy's memang sudah punya nama di pasaran. Usahanya semakin maju, setelah mendapat penghargaan terbaik (pertama) dari kementerian koperasi, pada hari Koperasi 2016 lalu.

Keripik Pisang Bu Deddy's memproduksi keripik pisangnya dirumah di kawasan Ciwedus Koday Cilegon, dan telah memiliki 17 karyawan guna memenuhi permintaan pesanan dari dalam dan luar kota. Dalam produksinya, Bu Deddy's Kripik memberdayakan petani pisang di Ciwedus dan sekitarnya, kecamatan Cilegon. Dari pisang-pisang petani inilah Bu Deddy's Kripik memproduksi setidaknya lima pilihan rasa, seperti coklat, asin gurih, caramel, jagung manis, dan juga pedas, dengan bahan yang berkualitas. Adapun usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik ini berada di kawasan Jl. Mawar 1 Blok. F. 10 No. 1 Rt. 003/004 BBS II Ciwedus Koday Cilegon.

Profil usaha merupakan suatu gambaran atau kegiatan-kegiatan usaha yang dilakukan oleh seorang wirausaha atau pengusaha. Kegiatan usaha dalam hal ini lebih mengarah kepada kegiatan dibidang produksi dan pemasaran dengan maksud mencari keuntungan dan kepuasan pelanggan.

Memiliki profil usaha yang baik adalah salah satu keharusan jika ingin suatu usaha atau perusahaan mendapatkan perhatian yang banyak. Adapun profil usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Profil Pemilik Usaha Bu Deddy's Kripik

1	Nama Usaha	Bu Deddy's Kripik
2	Nama Pemilik	Vivi Ilsafat Miraz
3	Alamat	Jl. Mawar 1 Blok. F. 10 No. 1 Rt. 003/004 BBS II Ciwedus Koday Cilegon Banten
4	Status	Nurse Interpreneur
5	No. Telp	081296201042
6	Tahun Berdiri	2011
7	Bidang Usaha	Perindustrian dan Perdagangan (Kuliner)
8	E-mail	Budeddyskeripik@gmail.com
9	NPWP	68.023.157.8-417.000
10	Facebook	Vivi budeddys keripik
11	instagram	@budeddys_keripik

Adapun visi, misi Bu Deddy's Kripik, yaitu:

1. Visi : Menjadi produsen keripik terbesar di Indonesia dan Asia.
2. Misi: Memenuhi kebutuhan konsumen rumah tangga dan membuka beberapa cabang di Indonesia dan Asia
3. Value: Menjaga mutu dan kualitas Bu Deddy's Kripik akan lebih dikenal.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Manajemen Permodalan

Modal merupakan salah satu komponen penting didalam suatu usaha karena dengan adanya modal maka usaha tersebut dapat didirikan atau dilaksanakan. Modal yang didapat oleh industry berasal dari modal sendiri yang berupa uang, alat-alat produksi, dan juga keahlian. Modal uang digunakan untuk membiayai segala keperluan industry Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik. Modal alat-alat produksi digunakan untuk proses produksi keripik Pisang dan modal keahlian adalah kemampuan pemilik usaha dan karyawan untuk mengelola atau menjalankan usahanya.

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.¹

¹ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000). h, 17

Menurut Meij modal adalah sebagai kolektivitas dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca adalah debet, yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifitasnya untuk membentuk Pendapatan.²

Modal yang diperoleh dari pemilik usaha keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon yaitu berupa sebagian modal industry dan sebagian lagi modal dari tabungan pribadi seperti keterangan yang disampaikan pemilik UMKM keripik pisang, ia mengatakan bahwa:

“Modal untuk mengelola suatu usaha memang sangat penting dan menjadi hal yang utama, karena tanpa adanya modal maka suatu usaha ini tidak akan berjalan. Modal yang saya gunakan untuk mengelola usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini berasal dari dana industry dan juga dari dana tabungan pribadi. Modal industri yang kita maksud disini adalah modal dari pemerintah”.³

Manajemen keuangan tidak hanya sekedar bagaimana mengelola uang. Tetapi lebih daripada itu, manajemen keuangan adalah bagaimana mengelola kekayaan untuk menghasilkan keuntungan dan memanfaatkan sumber-sumber modal untuk membiayai usaha. Meski sederhana, para pelaku usaha sangat perlu dan dianjurkan untuk menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan. Modal yang diperoleh tersebut kemudian dimanajemen oleh pemilik usaha yang menerapkan fungsi perencanaan (*planning*) dan penggerakkan (*actuating*). Perencanaan yaitu pengusaha merencanakan akan

² Bambang Riyanto, “*Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan*,” (Gajah Mada University Press 1994), h. 18

³ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022.

mendirikan rumah produksi keripik pisang Bu Deddy's Kripik. Setelah hal itu direncanakan barulah pengusaha menerapkan fungsi penggerakkan yakni merealisasikan rencana dengan mendirikan rumah produksi. Hal ini disampaikan pemilik usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik, mengatakan bahwa:

“Kita selalu berusaha merencanakan penggunaan uang sebaik mungkin, pengeluaran dengan target-target penjualan dan penerimaan kas. Kita juga mempertimbangkan pengeluaran uang, jika tidak diperlukan maka kita menunda pengeluaran itu”.⁴

Kesalahan yang paling banyak dan sering dilakukan para pelaku usaha adalah mencampurkan uang usaha dengan uang pribadi. Mungkin karena usaha masih kecil, dan berpikir tidak masalah jika mencampur uang usaha dengan uang pribadi. Namun, yang sering terjadi, para pelaku usaha akan menghadapi kesulitan pada saat membedakan pengeluaran pribadi dan usaha. Modal yang sudah ada selain untuk membiayai bahan-bahan pembuatan Keripik Pisang yang dibutuhkan juga digunakan untuk membeli dan menyediakan peralatan usaha seperti wajan yang digunakan untuk menggoreng keripik, dan alat lainnya. Seperti yang disampaikan pemilik usaha “modal yang sudah ada harus benar benar dimanfaatkan dengan baik. Karena modal yang sudah ada bukan hanya dimanfaatkan untuk membeli alat-alat yang akan digunakan untuk membuat keripik pisang. Alat-alat tersebut memang tidak selalu dibeli, tetapi itu kan juga termasuk kedalam modal usaha”.

⁴ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

Selain itu, modal juga direalisasikan untuk membeli bahan baku diantaranya pisang, garam, bumbu rahasia untuk varian rasa pada pisang, serta gaji karyawan. Setelah fungsi penggerakkan berjalan dengan baik barulah pengusaha keripik pisang menerapkan fungsi manajemen yang berupa pengawasan (*Controlling*). Adapun fungsi pengawasan ini dilakukan untuk mengawasi modal usaha yang digunakan apakah sudah sesuai atau tidak. Berdasarkan wawancara peneliti dan pemilik usaha mengatakan bahwa :

“Mengelola suatu usaha tidak hanya cukup dikelola dengan ingatan saja, melainkan harus dengan catatan yang lengkap. Yaitu dengan memiliki buku kas masuk dan buku kas keluar yang mencatat keluar masuknya uang”.⁵

Pencatatan yang lengkap masalah keuangan sebuah usaha sangat penting dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mengontrol transaksi uang dan memastikan tidak ada uang yang terselip. Tahapan selanjutnya, meningkatkan kemampuan administrasi untuk mencatat penjualan dan biaya-biaya, mencatat saldo utang piutang, persediaan dan asset tetap. Tujuan pelaku usaha sebagai seorang *enterpreuner* adalah menghasilkan keuntungan, menghitung keuntungan dengan tepat sama pentingnya dengan menghasilkan keuntungan itu sendiri. Bagian yang paling kritikal dalam menghitung keuntungan adalah menghitung biaya-biaya. Sebagian besar biaya bisa diketahui karena melibatkan pembayaran uang tunai. Manajemen keuangan meliputi juga bagaimana mengelola hutang, piutang dan persediaan. Banyak usaha mengalami kesulitan kas meski catatan akuntansi mereka menunjukkan angka yang baik. Pelaku usaha harus mampu menekan tingkat persediaan

⁵ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

sedemikian rupa agar tetap dapat memenuhi order namun tanpa membebani keuangan”.⁶

Menyisihkan sebagian keuntungan untuk pengembangan usaha merupakan tindakan positif bagi paraa pelaku usaha. Salah satu tugas penting manajemen keuangan adalah menjaga kelangsungan hidup bisnis dengan mendorong investasi ke bidang lain yang juga menguntungkan. Semakin besar usaha yang dikelola, semakin kompleks juga pengelolaan keuangannya.

2. Strategi Manajemen Bahan Baku Keripik Pisang Bu Deddy’s

Manajemen bahan baku dengan menerapkan fungsi pengawasan (*Controlling*) proses pengawasan ini dilakukan untuk mengawasi apakah kualitas bahan baku sesuai dengan standar yang diinginkan oleh pengusaha atau tidak. Manajemen bahan baku dilakukan disaat harga bahan baku yang digunakan tidak stabil. Wawancara peneliti dengan pemilik UMKM keripik pisang Bu Deddy’s Kripik menerangkan bahwa:

“pembelian bahan baku berpengaruh terhadap harga penjualan. Dalam hal ini kami menerapkan manajemen perencanaan. Dimana jika harga bahan baku yang digunakan naik, maka harga jual pun juga akan ikut naik walaupun tidak drastis naiknya”.⁷

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik UMKMM Keripik pisang Bu Deddy’s Kripik mengatakan bahwa:

“persediaan bahan baku yang kita gunakan pada saat diperlukan sangat membantu dalam proses produksi. Hal ini sangatlah

⁶ Rahmawati, “*Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe pada Industri Rumah Tangga*,” 2019, h. 67

⁷ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

penting dalam pengelolaan/pengerjaan keripik pisang”.⁸

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa persediaan bahan baku sangat penting dan diperlukan untuk tujuan kelancaran proses produksi selanjutnya.

3. Strategi Manajemen Produksi

Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang dan jasa. Di dalam usaha Keripik pisang Bu Deddy’s Kripik kegiatan produksi yang dilakukan adalah memproduksi keripik pisang sesuai dengan persediaan bahan baku dan juga permintaan pasar. Proses pembuatan keripik pisang terkadang mengalami jeda apabila bahan baku kosong. Berdasarkan wawancara bersama pak Deddy (pemilik UMKM keripik pisang Bu Deddy’s Kripik) mengatakan bahwa:

“kegiatan produksi yang dilakukan adalah memproduksi keripik pisang sesuai dengan permintaan pasar. Produksi kita terkadang mengalami jeda yaitu pada saat apabila persediaan bahan baku atau stok kosong. Oleh karena itu, dalam memproduksi keripik pisang kita selalu menggunakan bahan yang berkualitas agar hasilnya juga maksimal”.⁹

Wawancara peneliti juga memperoleh informasi mengenai pengelolaan atau cara membuat keripik pisang, seperti yang dijelaskan oleh buk neni selaku istri dan juga manager produksi pada UMKM keripik pisang Bu Deddy’s Kripik mengatakan bahwa:

⁸ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

⁹ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

“Makanan ringan keripik pisang menjadi makanan cemilan. Keripik pisang merupakan makanan ringan yang merakyat dengan harga murah namun memiliki rasa yang tidak kalah dengan cemilan mahal. Keripik pisang Bu Deddy’s Kripik ini hampir sama dengan keripik pisang pada umumnya. Cemilan ini sangat mudah didapatkan karena sudah tersedia di toko dan juga minimarket yang ada hampir diseluruh wilayah provinsi Banten dan sekitar Kota Cilegon”.¹⁰

Pemilik usaha memajemen proses produksi dengan menerapkan fungsi manajemen pengorganisasian agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar karena telah disesuaikan dengan kemampuan masing-masing pengeloannya. Proses pengorganisasian ini sebagai contohnya ibu-ibu atau perempuan ditempat dibagian penggorengan, dan pengemasan. Sedangkan karyawan laki-laki ditempatkan dibagian mengangkat keripik yang sudah dikemas dan dikelompokkan berdasarkan varian rasanya. Proses pengawasan dilakukan pengusaha keripik pisang untuk mengawasi karyawan dalam proses produksi agar produk keripik pisang yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan permintaan dipasar.

4. Strategi Pemasaran Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik

Strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seorang produsen untuk mencapai tujuan usaha dengan cara meningkatkan penjualan. Sebelum mendirikan usaha langkah awal yang harus dilakukan yaitu membuat sebuah perencanaan atau strategi, karena strategi sangat dibutuhkan dalam sebuah usaha. Strategi merupakan suatu cara atau rencana untuk mencapai sasaran. Strategi

¹⁰ “Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

pemasaran sangat berperan penting dalam suatu usaha guna untuk kelangsungan hidup usaha dalam menghasilkan laba. Dalam melakukan strategi pemasaran, usaha tersebut akan melakukan berbagai macam cara untuk menarik konsumen. Dalam mencapai target pasar yang diinginkan, maka usaha ini menggunakan strategi pemasaran diantaranya yaitu:

a. Segmentasi pasar (pembagian pasar)

Segmen pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat didalam suatu pasar banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Oleh karena itu setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Segmentasi pasar dapat memudahkan dalam mengalokasikan sumber daya dengan cara kreatif kemudian menentukan dimana kita dapat memberikan pelayanan terbaik dan perubahan memiliki keunggulan kompetitif yang paling besar.

Dalam hasil wawancara yang dilakukan penulis bersama buk neni selaku istri dari pemilik usaha mengatakan bahwa:

”kita menjual produk ini tidak hanya di toko oleh-oleh saja, tetapi juga ada di minimarket hampir diseluruh wilayah Kota Cilegon provinsi Banten. Selain itu, kita juga bekerja sama dengan beberapa toko yang ada di luar Provinsi Banten, seperti di Jakarta, Bandung”.¹¹

¹¹ “Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Produsen Usaha Mikro Kecil Menengah melakukan penjualan keripik pisang Bu Deddy's Kripik tidak hanya di toko oleh-oleh saja, tetapi juga di indomaret, alfamart, bahkan minimarket yang ada di kota Cilegon.

Setelah melakukan segmentasi pasar, perlu melakukan segmentasi pasar konsumen. Adapun variabel-variabel utama dalam menentukan segmentasi pasar konsumen yaitu sebagai berikut:

- 1) Segmentasi berdasarkan geografik, membagi segmen pasar secara geografis berarti mengelompokkan konsumen berdasarkan tempat, lokasi, dan daerah.
- 2) Segmentasi demografis, merupakan dasar yang paling populer untuk tidak membedakan kelompok-kelompok pelanggan. Variabel demografis tertentu untuk melakukan segmentasi pasar yaitu: usia dan tahapan hidup, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi dan penghasilan.
- 3) Segmentasi psikografis, segmentasi ini membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian.

Berdasarkan wawancara penulis bersama Bu Vivi (istri pemilik usaha Mikro Kecil dan Menengah keripik Pisang Bu Deddy's Kripik) mengatakan bahwa:

“kita menjual produk ini tidak membatasi usianya berapa, agamanya apa, pendidikannya bagaimana, dan juga tidak memandang pekerjaannya apa, karena kita menjual produk ini kepada semua kalangan baik itu anak-anak, remaja, maupun dewasa dan juga orangtua terutama kepada kalangan yang suka ngemil”.¹²

¹² “Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar pada UMKM Keripik pisang Bu Deddy's Kripik melakukan penjualan segmentasi konsumen di semua kalangan khususnya bagi yang suka ngemil. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar konsumen pada UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik yaitu segmentasi demografis yaitu yang tidak memandang usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama, pendidikan, dan juga penghasilan.

b) Target Marketing

Tergetting atau sasaran pasar adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif. Tiga kriteria dalam mengevaluasi dan menentukan segmen yang akan ditarget, yaitu:

1. Memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih cukup besar dan akan cukup menguntungkan bagi penjual.
2. Strategi *targeting* itu harus didasarkan pada keunggulan kompetitif penjual yang bersangkutan. Keunggulan kompetitif merupakan cara untuk mengukur apakah penjual itu memiliki kekuatan untuk mendominasi pasar yang dipilih.
3. Segmen pasar yang dibidik itu harus didasarkan pada situasi persaingan yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi daya tarik target segmen.

Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama Bu Vivi mengatakan bahwa:

“sasaran pasar yang kita pilih khususnya yaitu toko yang ada di wilayah Kota Cilegon Provinsi Banten, dengan alasan yang pertama, jika penduduk yang bukan asli warga

Kota Cilegon tentunya akan mencari untuk dibawa pulang, nah dengan berkunjung ke toko mereka bisa melihat produk kita dan membeli produk kita pada akhirnya produk kita akan banyak dikenal. Selain itu, di toko lebih membuat yang belum tau jadi lebih tau bahwa produk ini Cilegon. Dan yang terakhir, di toko yang memproduksi keripik pisang hanya beberapa, dan produk kita berbeda varian rasa dengan produk keripik pisang yang lainnya”.¹³

Berdasarkan pada wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi target pasar pada usaha produk pisang Bu Deddy’s Kripik ini adalah toko yang ada di seluruh wilayah Cilegon Provinsi Banten.

c) Positioning

Positioning adalah suatu tindakan atau langkah-langkah dimana produsen akan mewujudkan keunggulan kompetitifnya di pasaran. *Positioning* juga dapat diartikan sebagai tempat produk yang berbeda, jelas, dan memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing di benak konsumen. Dengan menggunakan strategi *Positioning* penjual Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya dan produk pesaingnya, sehingga mendapatkan yang lebih baik. Berdasarkan hasil wawancara, penulis bersama pemilik keripik pisang Bu Deddy’s Kripik mengatakan bahwa:

“kita selalu memperhatikan kualitas produk, mulai dari bahan baku yang bermutu dan berkualitas sampai pada pengemasan yang menarik agar disukai dan diminati oleh konsumen karena biasanya melalui kemasan yang bagus

¹³ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

lebih menarik perhatian konsumen, dan terbuat dari bahan baku yang bermutu dan berkualitas agar makanan yang kita produksi aman untuk dikonsumsi”.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa posisi pasar yaitu menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi serta membuat kemasan yang menarik agar diminati dan disukai oleh konsumen.

d) Pengembangan pasar

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran atau marketing mix. Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan serangkaian unsur-unsur pemasaran yang dapat dikuasai oleh penjual dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Adapun bauran pemasaran pada Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik ini adalah sebagai berikut:

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar guna memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Produk yang dimaksud bias sangat luas, berupa barang, jasa, pengalaman, events, tempat, dan juga ide. Pada dasarnya, konsumen membeli manfaat dan nilai dari suatu produk yang ditawarkan tersebut. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis bersama pak Deddy (pemilik usaha) mengatakan bahwa:

“kita selalu berusaha untuk memperhatikan kesehatan

¹⁴ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

konsumen dengan memilih bahan baku yang bagus dan berkualitas serta bebas dari bahan pengawet yang pastinya halal jadi aman dikonsumsi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak sampai pada orangtua juga termasuk ibu hamil, tidak hanya itu, kita juga membuat inovasi varian rasa baru apalagi dimasa pandemic ini, agar pelanggan tidak bosan dan yang pastinya jadi menu pilahan untuk dijadikan cemilan”.¹⁵

Berdasarkan hasil dari wawancara di atas, dapat disimpulkan keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini merupakan produk yang berkualitas, dan telah mendapatkan izin sertifikasi halal dari Majelis Permusyawaratan Ulama Indonesia (MPU/MUI). Serta DINKES yang menjamin bahwa produk ini aman untuk dikonsumsi.

2. Harga

Penentuan harga merupakan salah satu elemen penting bagi suatu usaha. Harga ditentukan berdasarkan besarnya biaya yang di perhitungkan (seperti biaya bahan baku, harga pokok produksi dan juga harga promosi). Harga yaitu sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa mendapatkan suatu produk yang diinginkannya. Harga juga menjadi unsur penting dalam bauran pemasaran setelah produk. Selain itu, harga juga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Sedangkan unsur lainnya, lebih merupakan biasa saja. Keputusan mengenai harga ini dapat mencakup berbagai hal seperti tingkat

¹⁵ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022.

harga, potongan harga, keringanan, periode pemasaran dan rencana penawaran. Penjual harus dapat memutuskan harga yang tepat untuk produknya yang juga harus didasarkan pada mutu produk tersebut.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan harga pada produk keripik pisang Bu Deddy's Kripik yang berbeda-beda.

Tabel 4.2

Daftar Harga pada Produk Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik

No.	Varian Rasa	Ukuran	Harga	
			Toko	Minimarket
1.	Asin Gurih	150 g	Rp. 15.000,00	Rp. 12.100,00
		350 g	Rp. 30.000,00	RP. 27.500,00
2.	Jagung Manis	150 g	Rp. 15.000,00	Rp. 11.000,00
		350 g	Rp. 30.000,00	Rp. 27.500,00
3.	Cokelat	150 g	Rp. 15.000,00	Rp. 11.000,00
		350 g	Rp. 30.000,00	Rp. 27.500,00
4.	Kopi Liberika	150 g	Rp. 15.000,00	Rp. 13.000,00
		350 g	Rp. 30.000,00	Rp. 29.000,00
5.	Pedas	150 g	Rp. 15.000,00	Rp. 12.100,00
		350 g	Rp. 30.000,00	RP. 27.500,00

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa perbandingan harga ditoko dan juga minimarket produk keripik pisang Bu Deddy's Kripik memiliki perbedaan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bu Vivi (istri pemilik usaha) mengatakan bahwa:

“bahwa harga yang dijual pada produk itu selain ditetapkan oleh pasar, kita juga ada pertimbangan modal. Kalo di toko kan kita sesuai dengan modal dan bahan baku, sedangkan di minimarket harganya dipotong margin sebesar 2,5%”.¹⁶

Dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan pada produk ini telah ditentukan berdasarkan besarnya biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil wawancara bersama pak Darma (Pemilik usaha) mengatakan bahwa:

“Kita menentukan harga produk keripik pisang dengan harga yang terjangkau. Penetapan harga disesuaikan dengan proses pembuatan, kualitas bahan baku yang digunakan, serta daya beli konsumen. Dalam menetapkan harga juga membandingkan dengan harga jual produk pesaing yang sejenis”.¹⁷

Berdasarkan pernyataan pemilik usaha UMKM keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di atas dapat diketahui bahwa dalam menentukan harga suatu produk UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik juga melihat dari segi bahan baku yang digunakan, proses pembuatan, kualitas produk, daya beli konsumen, serta harga jual produk

¹⁶ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

¹⁷ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

pesaing yang sejenis. Pernyataan ini juga didukung oleh salah satu karyawan yang menyatakan bahwa:

“dalam menentukan harga jual produk kami membuat patokan dari harga bahan baku yang digunakan dan harga jual produk yang sejenis dengan produk kami, hal ini dilakukan agar produk kami tidak kalah bersaing dengan produk pesaing yang sejenis dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen”.¹⁸

Dari hasil wawancara di atas, menjelaskan bahwa strategi harga merupakan suatu hal yang harus benar-benar dipertimbangkan secara detail karena dengan harga-harga tertentu dapat menarik banyak minat konsumen diberbagai kalangan masyarakat dan dengan kualitas yang sesuai. Sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik di Ciweus Cilegon.

3. Tempat distribusi

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan menyatakan bahwa lokasi pembuatan keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini berada di kawasan Jl. Mawar 1 Blok. F. 10 No. 1 Rt. 003/004 BBS II Ciwedus Koday Cilegon Banten. Adapun tempat distribusi UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik yaitu di Ciwedua Kota Cilegon. Berdasarkan wawancara bersama pemilik usaha pak Deddy mengatakan bahwa:

“lokasi toko kita berada di Jl. Mawar 1 Blok. F. 10 No.

¹⁸ “Wawancara Bersama Suryati (Koordinator Produksi Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik),” 19 Mei 2022

1 Rt. 003/004 BBS II Ciwedus Koday Cilegon Banten, kami sangat strategis sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan toko kami. Selain di toko, kami juga menitipkan produk kami di toko oleh-oleh yang ada di wilayah Kota Cilegon, dan juga di minimarket-minimarket yang ada di kota Cilegon. Jadi mereka tidak perlu datang ke tempat produksi lagi, mereka bias membelinya di toko terdekat saja. Selain itu kita juga menyediakan layanan antar atau delivery menggunakan gojek atau grab”.¹⁹

Tempat merupakan aspek yang sangat penting dalam suatu usaha. UMKM keripik pisang Bu Deddy’s Kripik memilih tempat pemasaran produk yang mudah ditemukan dan terletak di lokasi yang strategis akan sangat membantu dalam kegiatan pemasaran suatu usaha dan memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi usaha tersebut.

4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menonjolkan keistimewaan produk dan mengajak konsumen agar membeli produk yang telah ditawarkan tersebut. Promosi ini merupakan alat untuk memperkenalkan barang baru dan mengingatkan keberadaan suatu barang kepada konsumen agar mereka mengenal, mengingat, loyal dan juga tertarik untuk membelinya. Promosi merupakan strategi yang sangat berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan, selain itu promosi juga dapat dilakukan secara praktis. Berdasarkan wawancara:

¹⁹ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

“Kalau dulu kita melakukan promosi dengan cara menawarkan ke toko-toko yang ada disekitar tempat produksi saja, tapi kalo sekarang sudah ada social media yang bisa di andalkan untuk mempermudah kita melakukan promosi dan juga transaksi seperti facebook, Instagram, dan juga marketplace seperti shopee. Jadi kita tidak ketinggalan dalam era modernisasi ini. Selain itu kita juga sering mengadakan promo berupa potongan harga misalnya beli 3 gratis 1, dan juga menjual produk murah jika telah mendekati tanggal kadaluwarsa”.²⁰

Selain menggunakan sosial media untuk mempromosikan produknya, UMKM keripik pisang Bu Deddy’s Kripik ini juga sambil mempromosikan produknya di event-event tertentu seperti Bazaar, seminar UMKM, dan juga melalui pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah.

“mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan UMKM yang biasanya diadakan oleh pemerintah sangat membantu sekali dalam bidang promosi, karena tidak hanya ditempat usaha tetapi disetiap pameran dan bazaar juga sudah ada tempat yang disediakan dari berbagai daerah atau kota, jadi semakin mudah untuk mempromosikannya. Tidak perlu lagi menggunakan brosur”.²¹

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM keripik pisang Bu Deddy’s Kripik menggunakan selain menggunakan sosial media untuk mempromosikan produknya, UMKM Keripik pisang Bu Deddy’s Kripik juga sering mengikuti event-event tertentu

²⁰ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

²¹ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

seperti bazaar dan juga seminar yang diadakan oleh pemerintah.

5. Analisis SWOT pada Toko Bu Deddy's Kripik

a. Analisis SWOT

Pengembangan strategi pemasaran pada toko Bu Deddy's Kripik dilakukan dengan analisis SWOT. Adapun SWOT dari usaha ini adalah:

1) *Strenght* (kekuatan)

a) Proses pembuatan relatif mudah dan sederhana

Pembuatan keripik pisang sebenarnya tidaklah sulit, dan prosesnya pun tidak memakan waktu yang cukup lama. Berdasarkan hasil wawancara:

“pembuatan keripik pisang ini sebenarnya hampir sama dengan keripik pisang yang lain, hanya saja pemberian varian rasa yang kita pesan langsung dari pabriknya dan juga tambahan bumbu yang kita racik sendiri yang membuat produk kita berbeda varian rasanya dari yang lain”.²²

Proses pembuatan keripik pisang yang awalnya dari pengupasan pisang, pengirisan pisang, perendaman pisang, lalu dilanjutkan dengan penggorengan. Setelah selesai digoreng, maka keripik pisang diberi varian rasa dan siap dikemas sesuai dengan ukuran.

²² Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

- b) Mutu produk yang dihasilkan dan penerimaan konsumen tidak turun secara nyata.

Mutu yang dihasilkan maupun yang telah diterima oleh konsumen tidak turun maksudnya kualitas tetap terjamin sampai ke tangan konsumen. Tidak adanya kecurangan dalam hal produksi maupun perindustrian keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini.

Berdasarkan wawancara bersama bu Nneni mengatakan bahwa:

“sebelum diecerkan atau dijual ke toko-toko maupun minimarket, kita selalu cek mulai dari isinya sampai pada kemasannya, jika keripiknya tidak gurih atau kemasannya juga sudah rusak, kita ganti dengan yang baru. Karena kita tidak ingin mengecewakan konsumen”.²³

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tetap terjamin sampai ke tangan konsumen, karena sebelum dijual produk maupun kemasan dicek kualitasnya terlebih dahulu.

- c) Membantu perekonomian Desa

Adanya usaha keripik pisang pada toko Bu Deddy's Kripik ini sangat membantu perekonomian di desa Ciwedus Cilegon dalam hal perekonomian yang dapat menunjang keberlangsungan hidup masyarakat Desa Ciwedus Koday. Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama bu Vivi selaku pemilik usaha mengatakan bahwa:

²³ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ihsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

“Alhamdulillah bisa berbagi keberkahan karena dengan adanya usaha ini kami membuka lapangan pekerjaan untuk warga disini khususnya untuk ibu-ibu rumah tangga disamping mereka bekerja dirumah bekerja juga disini dalam pembuatan usaha keripik pisang Bu Deddy’s Kripik ini sedikit banyaknya bisa membantu perekonomiannya”.²⁴

Dari hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa UMKM keripik pisang ini membuka lapangan pekerjaan terutama untuk ibu-ibu rumah tangga yang tinggal disekitar tempat produksi dan membantu dalam perekonomian.

- d) Petani produsen akan lebih produktif untuk meningkatkan produktivitas per satuan luas dan waktu.

Semakin meningkatnya penjualan pada toko Bu Deddy’s Kripik ini bukan hanya pemilik usaha saja yang merasakan keuntungannya namun bagi petani pisang juga akan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan hasil wawancara bersama bu Vivi bahwa:

“Jika penjualan dan permintaan di pasaran meningkat, dan petani tempat kita biasa membeli pisang kurang, kita akan membeli di petani pisang lain. Walaupun kekurangan pisang, kita juga tetap memilih kualitas yang bagus, jadi tidak sembarangan dalam memilih petani, biarpun begitu tetap saja meningkatnya penjualan juga berdampak baik ke petani”.²⁵

²⁴ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

²⁵ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa meningkatnya penjualan juga berdampak baik bagi petani.

e) Menggunakan alat modern

Kemajuan teknologi saat ini sangat membantu siapapun dalam hal menjalankan aktivitas sehari-hari, seperti halnya pada usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini yang telah menggunakan kecanggihan teknologi dalam menerapkan proses pembuatan keripik pisang. Dalam wawancara bersama bu Vivi neni mengatakan bahwa:

“karena proses pembuatan keripik ini tidak sulit dan hampir sama pada pembuatan keripik pisang pada umumnya, tapi kami juga menggunakan alat atau mesin dalam membantu menyelesaikan produksi, dengan adanya mesin pekerjaan jadi terasa lebih mudah”.²⁶

Teknologi yang digunakan sesuai dengan prosedur dan aman dalam hal penggunaan untuk memproduksi keripik pisang yang berkualitas baik.

2) *Weaknesses* (kelemahan)

a) Bahan baku yang digunakan

Seperti yang telah kita ketahui bahwa sumber daya alam bersifat terbatas dalam memenuhi keinginan yang tidak terbatas. Maka hal ini pula yang menjadikan

²⁶ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

produk keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini mengalami kesulitan, jika bahan baku yang dijadikan keripik mengalami gagal panen atau bahkan panen tapi buah yang dipanen mengalami kerusakan atau cacat maka tidak bias dijadikan bahan baku dalam pembuatan keripik. Karena buah pisang yang dijadikan keripik haruslah masih segar. Jika sudah begini, maka tidak bisa memenuhi target pemasaran yang dicapai.²⁷

b) Tempat produksi yang masih tergolong kecil

Dalam pembuatan keripik pisang hendaknya memiliki tempat yang nyaman dan juga luas. Pada usaha keripik pisang ini, tempat yang dijadikan untuk produksi masih tergolong kecil. Dimana pengupasan pisang, penggorengan, sampai pada pengemasan ditempatkan disatu tempat yang tidak luas (kecil).

c) Promosi yang dilakukan masih kurang optimal

Promosi merupakan bagian penting dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan penelitian dan wawancara yang telah dilakukan menjelaskan bahwa dalam manajemen pemasaran belum menerapkan metode promosi yang menyeluruh sehingga masih banyak konsumen yang belum mengetahui UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik dan banyak *potensial costumer* yang bisa didapatkan menjadi hilang.²⁸ Dapat disimpulkan bahwa UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik belum optimal dalam

²⁷ "Hasil Observasi dan Wawancara Peneliti Bersama Pemilik Usaha."

²⁸ "Hasil Observasi dan Wawancara Peneliti Bersama Pemilik Usaha."

memperkenalkan produknya.

3) *Opportunities* (peluang)

a) Usaha sejenis masih kurang

Peluang usaha keripik pisang di Ciwedus Koday Cilegon pada dasarnya mempunyai peluang yang cukup besar untuk dipasarkan, karena usaha sejenis ini masih sangat kurang terutama didesa lokasi usaha ini. Dalam wawancara bersama buk neni mengatakan bahwa:

“usaha yang sama persis seperti kami didaerah ini hanya ada kami, dan kami berharap usaha kami tetap mampu bersaing dan berkembang dengan usaha yang lainnya”.²⁹

Dengan kurangnya usaha sejenis di Diweduy Koday Cilegon sebenarnya mampu untuk berkembang dengan baik kedepannya karena hanya terdapat usaha-usaha lain yang tidak sejenis yang mungkin tidak mematikan pasaran usaha keripik pisang Bu Deddy’s Kripik ini.

b) Dukungan Pemerintah daerah maupun desa

Dukungan pemerintah daerah maupun desa sangat mampu membantu perkembangan dan pemasaran yang lebih luas lagi untuk usaha oleh-oleh keripik pisang Bu Deddy’s Kripik ini karena pemerintah pun ikut berperan didalamnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan ibu Neni selaku pemilik usaha keripik

²⁹ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

pisang Bu Deddy's Kripik:

“pemerintah sangat membantu sekali untuk hal pelatihan, meskipun jarang tapi setidaknya sangat membantu bukan hanya pelatihan tapi juga jaringan usaha keripik pisang agar lebih dikenal di jaringan luas”.³⁰

Pemerintah mempunyai jangkauan luas dalam hal membantu usaha-usaha kecil seperti usaha keripik pisang pada toko Bu Deddy's Kripik ini yang dapat membantu seperti halnya memasarkan produk.

c) Harga terjangkau

Harga sangat menentukan bagaimana keuntungan yang akan didapat setelah dipasarkannya suatu produk. Seperti yang disampaikan oleh bu Vivi dalam wawancara bersama peneliti:

“harga yang kami jual di pasaran tentunya sangat terjangkau, tapi walaupun harganya segitu kami tetap mengutamakan kualitas”.³¹

Harga yang standar tapi kualitas tetap perlu diperhitungkan lagi, apalagi yang memasarkan produk yang sama banyak jumlahnya, tetapi keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini mematok harga yang terjangkau bagi setiap kalangan dengan kualitas yang tetap terjamin.

³⁰ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

³¹ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

4) *Threats* (ancaman)

a) Faktor alam

Faktor alam pada dasarnya tidak ada yang mampu memprediksi kapan akan terjadi, untuk tanaman pisang sendiri jika memasuki musim kemarau akan terancam gagal panen, jika pun panen tidak sesuai dengan target. Penanganan dalam hal faktor alam ini adalah hal yang kadang sukar untuk ditangani karena tidak bisa diprediksi kapan terjadinya hujan. Berdasarkan hasil wawancara bersama bu Vivi:

“apalagi ketika sudah memasuki musim kemarau, ya otomatis pisang kita banyak yang penyet, dapat dikatakan bahwa pisang tersebut tidak bagus jika dijadikan keripik, jika dipaksakan untuk dijadikan keripik maka nanti hasilnya keripik akan mudah lempam, dan kurang krispi”.³²

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor alam tidak ada yang memprediksi jika memasuki musim kemarau maka kualitas pisang tidak seperti yang diharapkan.

b) Konsumen beralih ke produk lain

Pelanggan atau konsumen merupakan hal utama dalam tujuan berdirinya suatu usaha karena konsumen lah yang menikmati hasil akhir dari suatu produk. Apabila konsumen merasakan kurang puas akan pelayanan atau hasil akhir dari yang diproduksi, konsumen bisa saja beralih

³² Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

pada produk lain. Berdasarkan hasil wawancara:

“karena pembeli adalah raja, dan tujuan tertinggi ada di pembeli maka dari itu, kita selalu memberikan pelayanan terbaik dengan bersikap ramah dan menanyakan kebutuhan pembeli/konsumen. Sikap pelayanan sangat penting terhadap minat beli konsumen pada produk”.³³

Pelayanan yang memuaskan sangat berimbas baik pula pada konsumen, karena konsumen merasa sangat dihargai dalam pembelian produk yang dijual.

c) Tingkat persaingan dengan usaha lain

Persaingan usaha dengan usaha lainnya pada dasarnya hal yang sering terjadi di dunia wirausaha, baik persaingan dalam bentuk yang sama maupun persaingan dengan cara pemasarannya yang dapat mengambil alih konsumen.

“ya namanya juga bisnis, saingan banyak pastinya, meskipun yang buat usaha keripik pisang tidak banyak, tapi usaha-usaha yang lain juga ada bahkan banyak, tapi namanya rezeki udah ada yang mengatur, lakukan saja apa yang seharusnya dilakukan, karena semua usaha tidak akan mengianati hasil kok, sembari berusaha berdoa juga harus” kata bu Vivi dalam Wawancara dengan peneliti”.³⁴

Dalam dunia bisnis persaingan pasti selalu ada, baik dari produk yang sejenis maupun yang tidak sejenis.

³³ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

³⁴ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy’s Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

6. Analisis Internal dan Eksternal pada Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik.

Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam suatu lembaga usaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut tidak hanya dari dalam lingkungan saja (internal), namun juga diluar lingkungan usaha (eksternal). Lingkungan internal adalah faktor-faktor yang berada dalam kegiatan produksi dan langsung mempengaruhi produksi. Sedangkan lingkungan Eksternal usaha yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan usaha. Lingkungan eksternal meliputi variabel-variabel diluar usaha yang dapat berupa tekanan umum dan tren didalam lingkungan usaha. Adapun variabel-variabel lingkungan eksternal ini yaitu : peluang dan ancaman. Suatu usaha/bisnis dalam menjalankan usaha dan juga kebijakan yang telah ditetapkan pasti tidak selalu mulus dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Selain itu juga pasti ada hambatan dan juga rintangan yang akan menghampiri.

Identifikasi dari faktor internal dan eksternal diperlukan untuk menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan agar dapat memaksimalkan faktor kekuatan (kelebihan) dan meminimalisir faktor kelemahan (kekurangan) yang dimiliki oleh perusahaan.

Adapun kelebihan dan kekurangan serta peluang dan ancaman strategi pemasaran yang diperoleh dilapangan tersebut dianalisa dalam tabel analisa SWOT dibawah ini:

Tabel 4.3

Faktor Internal pada Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik

No.	Faktor-faktor Internal
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	
1.	Pembuatan mudah dan sederhana
2.	Mutu produk baik
3.	Membantu perekonomian desa
4.	Meningkatkan produktivitas panen pisang
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	
1.	Penggunaan bahan baku/sumber daya alam
2.	Tempat produksi yang masih tergolong kecil.
3.	Promosi yang dilakukan belum optimal

Tabel 4.4

Faktor Eksternal pada Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik

No.	Faktor-faktor Eksternal
Peluang (<i>Opportunities</i>)	
1.	Usaha sejenis kurang
2.	Adanya dukungan dari pemerintah
3.	Pangsa pasar
Ancaman (<i>Threaths</i>)	
1.	Kekhawatiran konsumen akan beralih ke produk lain
2.	Tingkat persaingan dengan usaha lain

Dari matriks SWOT diatas dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang lebih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik

sudah mampu bersaing dengan usaha toko Oleh-oleh lain yang menjadi pesaing. Berikut ini merupakan pengembangan strategi pemasaran dari interpretasi analisis SWOT, yaitu matriks TOWS. Matriks TOWS ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan alternatif strategi dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni strategi SO (*Strenghts-Opportunities*), strategi WO (*Weakness- Opportunities*), strategi ST (*Strenghts-Threats*), dan strategi WT (*Weakness-Threaths*). Dari hasil penelitian, strategi dari matrik TOWS pada toko Bu Deddy's Kripik yaitu:

a. Strategi SO

Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Dalam strategi SO, perusahaan mengejar berbagai macam peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi yaitu sebagai berikut:

1) Meningkatkan mutu bahan baku produk

Mutu yang ada pada produk hendaknya terus menerus selalu ditingkatkan baik dari segi bahan baku dan juga pisang yang digunakan. Berdasarkan wawancara:

“mengingat ketahanan pembuatan bahan keripik pisang ini cukup lama bila disimpan pada tempat yang benar, meskipun tahan lama namun pembuatan keripik pisang ini tidak menggunakan pengawet dan tetap mengutamakan nilai kesehatannya”.³⁵

³⁵ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

Dapat disimpulkan dalam wawancara diatas bahwa mutu yang ada pada produk Keripik pisang Bu Deddy's Kripik selalu ditingkatkan dan terjaga kualitasnya.

2) Memperkuat pangsa pasar

Usaha Bu Deddy's Kripik yang berada di Ciwedus Cilegon ini dapat memperluas pangsa pasar yang telah ada. Tentunya langkah ini melalui proses perencanaan yang matang agar pasar yang dimasuki tepat pada sasaran. Berdasarkan wawancara:

“ selain kualitas kami juga selalu mencari jaringan yang bias dijadikan langkah untuk memperluas pangsa pasar, dan tentunya membuat produk kami lebih dikenal dikalangan”.³⁶

3) Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah

Dukungan pemerintah sangatlah penting dalam mendukung suatu usaha baik dalam modal maupun perbaikan kualitas SDM. Dengan diadakannya pelatihan dapat membantu dalam perkembangan usaha, setidaknya berkembang lebih baik lagi terutama dalam hal penjualan produk. Berdasarkan wawancara:

“jika ada pelatihan, kami selalu berusaha untuk mengikutinya, karena itu merupakan salah satu cara agar produk kami dekat dengan pemerintah”.³⁷

³⁶ Wawancara Penulis Bersama Bu Vivi Ilsafat Miraz (Istri dari Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

³⁷ “Wawancara bersama Pemilik Usaha Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon (Pak Deddy),” 18 Mei 2022

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pemilik UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik selalu berusaha untuk mengikuti pelatihan, maupun seminar yang diadakan oleh pemerintah karena itu merupakan point penting untuk pendekatan kepada pemerintah.

b. Strategi WO

Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi *turn around* yaitu strategi merubah haluan. Peluang internal yang besar penting untuk diraih, namun permasalahan internal atau kelemahan yang ada pada internal organisasi lebih utama untuk dicarikan solusi, sehingga capaian peluang yang besar tadi perlu diturunkan skalanya sedikit. Dalam hal ini kelemahan-kelemahan organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut.

1) Meningkatkan kualitas SDM

Kualitas SDM sangat penting dalam suatu perusahaan karena akan berimbas pada proses akhir produk. Pembuatan keripik pisang pun sebenarnya tidak terlalu sulit yang mengharuskan SDM yang ada mempunyai keahlian khusus namun pengetahuan dan manfaat mengenai keripik pisang perlu diketahui oleh SDM yang ada.

2) Menjalni serta memperkuat kerjasama dengan agen pemasaran

Kerjasama dengan pihak lain seperti agen pemasaran itu hal penting karena bias membantu untuk memasarkan dan memperkenalkan suatu produk agar lebih banyak diketahui

oleh konsumen. Seperti halnya usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini yang menjalin hubungan kerjasama dengan pihak-pihak seperti agen pemasaran, toko-toko besar dan swalayan maka itu sangat berpengaruh baik bagi keberlangsungan usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik.

3) Memperluas wilayah promosi

Langkah selanjutnya yang tidak boleh ditinggalkan adalah memperluas wilayah promosi. Dalam rangka memperkenalkan keberadaan usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik, banyak media yang digunakan untuk dimanfaatkan baik media cetak maupun elektronik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Apalagi seperti saat ini media yang paling mudah digunakan untuk melakukan promosi adalah media online karena hampir semua orang menggunakan media ini untuk berbagai keperluan dan setiap detiknya pasti ada orang yang melihat media online, baik untuk hiburan maupun untuk pekerjaan. Strategi ini berusaha untuk menghilangkan kelemahan untuk meminimalkan ancaman dari banyaknya usaha-usaha lainnya.

c. Strategi ST

Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diversifikasi atau strategi perbedaan. Maksudnya, seberapa besarpun ancaman yang ada, kepanikan hanya akan memperburuk suasana, untuk itu bahwa perusahaan yang memiliki kekuatan yang besar yang bersifat independen dan dapat

digunakan sebagai senjata untuk mengatasi ancaman tersebut diharapkan mampu mengidentifikasi kekuatan dan menggunakannya untuk mengurangi ancaman dari luar. Identifikasi strategi dari hasil analisis usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik adalah:

1) Memanfaatkan kemajuan teknologi

Kemajuan teknologi pada saat ini sangat berkembang pesat sekali, semua kalangan rata-rata menggunakan media social dan media lainnya. Usaha pada keripik pisang Bu Deddy's Kripik pun memanfaatkan kemajuan teknologi pada saat ini dengan membuat media social berupa instagram, facebook, dan juga Wats app guna menjual produk yang dihasilkan. Selain efektif, dan efisien, penggunaan media social juga mempermudah dalam menjangkau konsumen dan pastinya hal ini dapat memajukan usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini.

2) Meningkatkan kepercayaan konsumen

Usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik ini selalu menjaga kepercayaan konsumen untuk menjaga keberhasilan permintaan konsumen, adapun upaya yang dilakukan dalam menjaga kepercayaan produk dengan mempertahankan konsumen adalah menjaga kualitas/mutu produk dengan mempertahankan teknik produksi secara baik. Karena apabila konsumen merasa terlayani dengan puas maka konsumen tidak akan bosan berlangganan dengan produk yang dihasilkan.

3) Menampilkan keunggulan mutu produk

Keberhasilan suatu perusahaan menebus pasar ekspor terutama disebabkan oleh kemampuan dalam menangani system produksi, usaha ini pun mempunyai peluang besar produk untuk diminati di pasar internasional sehingga mampu menghasilkan kualitas unggul yang berpenampilan menarik untuk meningkatkan daya saing produk dengan produk lainnya. Oleh karena itu, untuk menjaga tingkat permintaan konsumen maka pihak pengelola toko Bu Deddy's Kripik ini senantiasa menjaga kualitas produk bahan baku dan teknik-teknik produksi.

d. Strategi WT

Strategi WT adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Karena dalam kondisi ini, perusahaan yang sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal dengan ancaman dari luar juga akan menyerang. Bila tidak mengambil strategi yang tepat, maka kondisi ini bisa berdampak buruk bagi citra dan eksistensi perusahaan ke depan. Hal yang perlu di lakukan adalah bersama seluruh elemen organisasi merencanakan suatu kegiatan untuk mengurangi kelemahan organisasi, dan menghindar dari ancaman eksternal.

1) Meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien

Usaha pada keripik pisang Bu Deddy's Kripik hendaknya menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna menghindari ancaman dan memperkecil

kelemahan. Maksudnya, adalah menetapkan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kekuatan dan peluang yang ada. Jangan sampai kekuatan dan peluang yang dimiliki berubah menjadi ancaman bagi usaha itu sendiri. Misalnya usaha yang ada tidak digunakan semaksimal mungkin sehingga peluang tersebut digunakan oleh usaha yang lain.

Adapun faktor Internal dan Eksternal perusahaan UMKM keripik Pisang Bu Deddy's Kripik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

**Faktor Internal dan Eksternal UMKM keripik pisang Bu Deddy's
Kripik**

Dalam perspektif SWOT

A. Faktor Internal

Strengths (kekuatan) > *Weaknesses* (kelemahan) = kondisi perusahaan dalam keadaan baik.

Strengths (kekuatan) < *Weaknesses* (kelemahan) = kondisi perusahaan dalam keadaan tidak baik.

B. Faktor Eksternal

Opportunities (peluang) > *Threats* (ancaman) = kondisi perusahaan dalam keadaan baik.

Opportunities (peluang) < *Threats* (ancaman) = kondisi perusahaan dalam keadaan tidak baik.

Berdasarkan pada tabel di atas maka ada dua kesimpulan yang bisa di ambil dan layak diterapkan oleh suatu UMKM atau perusahaan yaitu:

- a. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *Weaknesses* (kelemahan) dan begitu juga sebaliknya. Dalam penelitian ini kekuatan UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya. Ini menandakan bahwa UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik adalah sebuah UMKM atau perusahaan yang baik.
- b. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan dengan *Threats* (ancaman) dan begitu juga sebaliknya. Dalam penelitian ini, peluang UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik lebih besar dibandingkan ancaman. Hal ini menandakan bahwa UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik adalah sebuah UMKM/perusahaan yang baik.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa UMKM Keripik pisang Bu Deddy's Kripik di Ciwedus Cilegon mengalami hambatan dalam hal bahan baku yang digunakan. Dalam mencari bahan baku dengan kualitas yang baik sangatlah susah ditemukan, ditambah lagi jika telah memasuki musim panas, pisang yang digunakan sebagai bahan baku dipanen tidak sesuai dengan kualitas standar produksi yang diinginkan. dan juga tempat Dalam pembuatan keripik pisang

hendaknya memiliki tempat yang nyaman dan juga luas. Pada usaha keripik pisang ini, tempat yang dijadikan untuk produksi masih tergolong kecil. Dimana pengupasan pisang, penggorengan, sampai pada pengemasan ditempatkan disatu tempat yang tidak luas (kecil). Adapun solusi UMKM keripik pisang Bu Deddy's Kripik yaitu pertama mencari mitra kerja petani yang bisa diajak kerja sama dalam persediaan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan keripik. Kedua, membuat tempat produksi yang luas dan juga nyaman bagi para karyawan yang bekerja di UMKM Bu Deddy's Kripik.

Selain itu, hasil analisis deskriptif yang ditemui dilapangan strategi pemasaran pada Keripik Pisang Bu Deddy's Kripik adalah menentukan segmentasi pasar yaitu penjualan yang dilakukan hampir diseluruh toko yang ada di Cilegon dan juga di minimarket yang ada hamper diseluruh provinsi Banten. Selain itu usaha ini juga menentukan posisi pasarnya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya serta perbandingan produk pesaingnya sehingga mendapatkan yang lebih baik. Adapun pengembangan pasar yang dilakukan yaitu melalui strategi promosi dan saluran dsitribusi. Adapun strategi promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung seperti memperkenalkan produknya pada masyarakat melalui acara pelatihan, pameran, bazaar, dan juga seminar. Secara tidak langsung yaitu melalui sosial media yang seperti instagram, facebook, shopee, dan juga akun websiter resmi Bu Deddy's Kripik. Dengan adanya promosi yang baik, maka akan meningkatkan penjualan. Selain itu, pemilik usaha memperbarui kemasan produk agar diminati oleh konsumen serta saluran distribusi yang tepat juga sangat penting dilakukan dalam melakukan strategi pemasaran.

Adapun faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan factor eksternal (peluang dan ancaman) yang terjadi pada usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik merupakan suatu keadaan nyata yang harus dihadapi untuk memaksimalkan keuntungan. Bagaimana caranya memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman adalah hal yang sangat penting dilakukan dalam dunia bisnis. adapun yang menjadi ancaman yaitu kekhawatiran jika konsumen beralih ke produk lain serta tingkat persaingan dengan usaha lain. dan yang menjadi peluang adalah usaha sejenis berkurang, adanya dukungan dari pemerintah secara langsung, harga produk terjangkau, dan pangsa pasar yang luas. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan dengan *Threats* (ancaman) dan begitu juga sebaliknya. Dalam penelitian ini, peluang usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik lebih besar dibandingkan ancaman. Hal ini menandakan bahwa usaha keripik pisang Bu Deddy's Kripik adalah sebuah usaha atau perusahaan yang baik.

2. Hasil Teori

Secara teoritis pemasaran menurut Kothler dan Amstrong adalah proses sosial manajerial, dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk serta mempertahankan kualitas produk dan menjaga mitra dengan pihak lain. adapun tujuan dari pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen

sehingga produk dan jasa tersebut terjual dengan sendirinya.³⁸

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mia Mulyani Putri dengan judul Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM (studi UMKM bucket bunga galeri daisuki) mengatakan bahwa untuk meningkatkan kualitas produk guna menarik kepercayaan agar terus digunakan oleh konsumen. Serta terus meningkatkan kegiatan promosi semenarik mungkin mulai dari harga maupun membuat iklan guna membuat konsumen tertarik pada produk UMKM serta meningkatkan penjualan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Meliana dengan Judul Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren mengatakan bahwa mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tidak berpaling ke tempat lain, mampu mempertahankan serta mampu meningkatkan strategi pemasaran yang dilakukan khususnya pada strategi distribusi agar tingkat penjualan semakin tinggi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yanti Salma dengan judul Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak Meurasa. Mengatakan bahwa mempertahankan kualitas produk dan mampu bekerja sama dengan petani dalam mensuplayer bahan baku sehingga dapat meningkatkan produksi yang masih tergolong sedikit.

³⁸ Philip Kotler dan Gray Armstrong, *dasar-dasar pemasaran, penerjemah Alexander Sandoro*, edisi ke 9, h.1