

# Strategi Pemasaran Industri Kripik Tempe Raos Eco

Handika Verdian Yansen, Wira Dimuksa

Email : [handikaverdian@gmail.com](mailto:handikaverdian@gmail.com)

Program Studi Pendidikan Informatika

STKIP PGRI Pacitan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran industri tempe kripik sebagai kelangsungan bisnis, untuk mendapatkan keuntungan dan untuk memperluas pasar. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data diambil dengan wawancara mendalam, dan observasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa produsen industri tempe kripik di Desa Kayen Dusun Siwilan menggunakan keduanya strategi produksi dan pemasaran untuk mempertahankan bisnis mereka. Dalam strategi produksi, produsen memiliki strategi khusus untuk memperhatikan bahan baku, modal, pekerja, teknologi. Di sisi lain dalam pemasaran strategi, produsen menentukan harga, tempat pemasaran, distribusi dan promosi

**Kata Kunci: Kelangsungan Bisnis, Strategi Pemasaran, Strategi Produksi**

## ABSTRACT

*This research aims to describe the marketing strategy of the tempe chips industry as a business continuity, to gain profits and to expand the market. This type of research is descriptive qualitative. Data taken by in-depth interviews, and observation. The results of the study concluded that the producers of the tempe chips industry in Kayen Village in Siwilan Hamlet used both production and marketing strategies to maintain their business. In the production strategy, producers have a special strategy to pay attention to raw materials, capital, workers, technology. On the other hand in marketing strategies, producers determine prices, places of marketing, distribution and promotion*

**Keywords: Business Continuity, Marketing Strategy, Production Strategy,**

## PENDAHULUAN

Keripik tempe merupakan salah satu makanan yang paling dikenal dan disukai oleh kalangan masyarakat. Keripik tempe yang populer biasanya dijadikan cemilan maupun lauk pauk masyarakat kalangan menengah bawah dan kalangan menengah keatas. Hakekatnya semua orang adalah wirausaha dalam arti mampu berdiri sendiri dalam menjalankan usahanya dan pekerjaannya guna mencapai tujuan pribadinya, keluarganya, masyarakat, bangsa dan negaranya, akan tetapi banyak diantara kita yang tidak berkarya dan berkarsa untuk mencapai prestasi yang lebih baik untuk masa depannya, dan ia menjadi ketergantungan pada orang lain, kelompok lain dan bahkan bangsa dan negara lainnya.

Perkembangan serta pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat, ditambah dengan peluang untuk mendapatkan pekerjaan semakin kecil, maka para Ibu-ibu rumah tangga mulai mengasah otak untuk berfikir lebih kreatif tentang bagaimana agar dapat menghasilkan pendapatan sendiri diluar pendapatan seorang suami, guna menambah pendapatan keluarga untuk memenuhi kehidupan sehari-hari, kebutuhan, makanan, pakaian dan pendidikan anak-anak. Ide untuk membuat home industri keripik tempe dimana masyarakat mampu menerima adanya keripik tempe kerajinan salah satu ibu rumah tangga di Desa kayen dusun siwilan yang harganya bisa menyesuaikan dengan kantong masyarakat.

Ibu-ibu rumah tangga sekarang telah banyak yang menjadi sukses dengan usaha-usaha kecil-kecilan yang dilakoninya. Bekal niat dan semangat serta ketekunan ditambah dengan kemauan yang tinggi, maka menghasilkan suatu kejujuran serta keikhlasan dalam berusaha, sehingga usaha-usaha yang dijalankan dapat menghasilkan pendapatan yang cukup.

Kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Keripik tempe merupakan salah satu produk olahan *Home Industri* yang usahanya di Desa Kayen Kecamatan Pacitan Kabupaten Pacitan karena keripik tempe merupakan produk unggulan yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi serta mampu mengembangkan usaha kecil mikro dan menengah di bidang usaha pembuatan aneka keripik. Memuaskan konsumen dalam menikmati hasil produksi *home industri*, maka perusahaan akan melaksanakan evaluasi produk yang diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar

## **TUJUAN**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran industri keripik tempe raos eco sebagai kelangsungan usaha dan untuk memperoleh keuntungan dan perluasan pasar. Peneliti memperoleh data dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengamati peristiwa dan fenomena yang terjadi.

## **METODE**

Metode dan bahan penelitian merupakan suatu hal yang mutlak harus ada dalam sebuah penelitian, demi terciptanya rangkaian proses ilmiah yang runtut. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi metode observasi, yaitu salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi). Menurut Hadi yang dikutip oleh (Sugiyono, 2011) bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologis.

Selain metode observasi peneliti juga menggunakan metode wawancara dengan subyek peneliti yaitu Bu win selaku guru pemilik usaha tempe keripik Raos Eco. Metode wawancara menurut (Nazir, 1988) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan menggunakan alat panduan wawancara, sedangkan menurut (Lerbin, 1992) wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandas kepada tujuan penelitian. peristiwa yang diamati sesuai dengan langkah-langkah yang telah dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada suatu perusahaan semua pengusaha pasti ingin mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Termasuk pada industri keripik tempe yang ada di Desa Kayen Dusun Siwilan. Semua pengrajin yang ada di Desa Kayen Dusun Siwilan berusaha mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Dengan persaingan yang ketat karena hampir semua keluarga memiliki usaha yang sama, tentulah ada banyak kendala yang menghambat proses kelangsungan usaha tersebut, baik pada proses produksi maupun proses pemasaran. Pengrajin menggunakan beberapa strategi untuk menghadapi kendalanya.

Pada dasarnya dalam menjaga kelangsungan usaha, strategi produksi dan strategi pemasaran merupakan faktor utama yang tidak dapat dipisahkan keduanya. Jika salah satu

strategi tersebut tidak berjalan, maka kelangsungan suatu juga tidak akan berjalan. Hal ini sesuai dengan penerapan strategi yang dilakukan oleh pengrajin kripik tempe. Dalam menangani masalah yang ada karena banyaknya persaingan, pengrajin memiliki cara yang berbeda untuk mengatasi masalahnya tersebut. Masalah tersebut diatasi dengan menggunakan beberapa strategi pemasaran.

Promosi merupakan salah satu cara agar mendapatkan perluasan pasar. Pada umumnya tidak ada permasalahan dalam hal promosi karena sebagian besar belum melakukan promosi secara aktif dalam memasarkan produknya.

## **SIMPULAN**

Fokus utama dalam penelitian ini yaitu mengenai strategi kelangsungan industri kripik tempe yang ada di Desa kayen Dusun Siwilan. Peneliti mengkaji strategi produksi dan strategi pemasaran yang digunakan pengusaha menjaga kelangsungan usahanya. Dalam strategi produksi pengusaha memperhatikan beberapa hal yang akan mempengaruhi kelangsungan usahanya, seperti bahan baku, modal, tenaga kerja teknologi, dan upah. Dalam strategi pemasaran pengusaha juga memperhatikan penetapan harga, tempat pemasaran, distribusi dan promosi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Lerbin. (1992). *Pengertian Wawancara*. Jakarta: Ghalia.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta