

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN INDUSTRI UD. TEMPE PAK HERI KABUPATEN PAMEKASAN

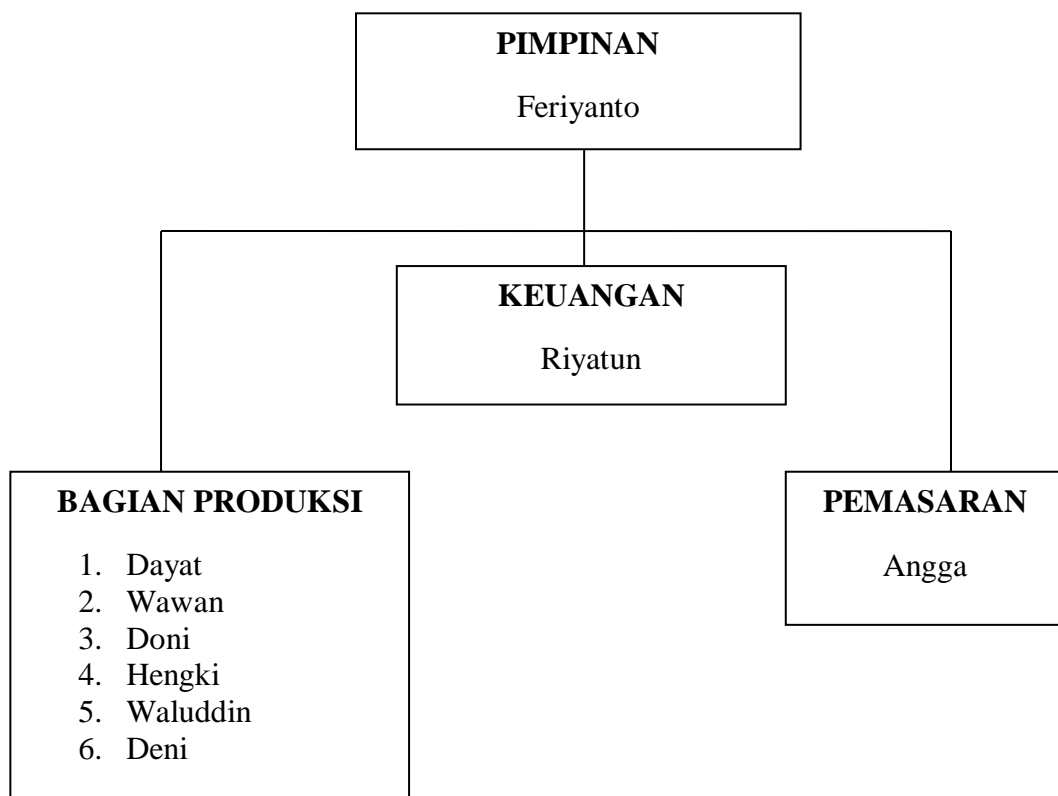
1. Sejarah Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan

Industri merupakan suatu bidang atau kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pengolahan bahan baku atau pembuatan barang jadi dengan menggunakan keterampilan di pabrik dan tenaga kerja. Maka industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi ekonomi. Pada Industri Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan pertama kali membuka usahanya di Pekalongan pada tahun 1997 dan tetap berjalan hingga saat ini. Industri UD. Tempe tersebut pertama kali didirikan oleh Pak Heri, namun beliau sudah wafat dan dilanjutkan oleh anaknya yaitu Bapak Feriyanto dan Bapak Angga sejak tahun 2017. Melihat peluang bisnis tempe, maka industri Tempe Pak Heri melakukan beberapa perencanaan, organisasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Industri Tempe Pak Heri Jalan Purba II/8 merupakan salah satu usaha pembuatan tempe yang mengolah hasil pertanian berupa kedelai yang diolah menjadi tempe dengan skala industri yang masih rumahan (*home industry*) yang bergerak dibidang swasta. Salah satu tujuan dari industri tersebut yaitu mengolah sumber daya alam agar memiliki nilai tambah dan menghasilkan laba yang lebih tinggi dan dapat membuka pekerjaan buat orang lain. Bahan baku berupa kedelai yang didapatkan tempe pak heri yaitu membeli langsung dari kota Surabaya, karena harganya lebih murah dari pada

kedelai yang ada di kota lain sehingga harga produk yang dihasilkan sangat terjangkau karena bahan bakunya yang murah

Industri UD. Tempe Pak Heri di kota pamekasan, merupakan salah satu usaha yang cukup baik karena hampir sebagian besar penduduk kota Pamekasan mengkonsumsi Tempe Pak Heri, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pesanan yang semakin meningkat setiap minggunya, sehingga industri tersebut selain dapat memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat memberi keuntungan bagi pemilik industri.

2. Struktur Kepengurusan Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan



Sumber: Struktur Organisasi Industri UD. Tempe Pak Heri

Berdasarkan struktur tersebut, maka informan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Pengurus Industri UD. Tempe Pak Heri

No	Nama	Jabatan
1	Feriyanto	Pimpinan
2	Riyatun	Bagian Keuangan
3	Dayat	Bagian Produksi
4	Wawan	Bagian Produksi
5	Angga	Bagian Pemasaran
6	Jamal	Konsumen
7	Samsul	Konsumen
8	Atun	Konsumen
9	Siti Aisyah	Konsumen
10	Asih	Konsumen

Sumber: Profil Industri UD. Tempe Pak Heri

Alasan dari peneliti memilih informan diatas adalah informan tersebut secara langsung melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran pada UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan serta data informasi yang didapatkan lebih akurat dan menjamin keabsahan data.

Berikut ini uraian tugas jabatan dari Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan diantaranya:

- 1) Pimpinan bertanggung jawab langsung terhadap jalannya operasional perusahaan secara keseluruhan. Terlihat bahwa pimpinan juga berperan langsung dalam kegiatan produksi yakni pada bagian pemasaran, sehingga pimpinan tidak hanya bertugas mengawasi akan tetapi turut menjadi pekerja dalam kegiatan produksi tempe.
- 2) Bagian keuangan bertugas dan bertanggung jawab penuh atas pembukuan keuangan perusahaan serta mengawasi dan mencatat setiap pengeluaran dan penerimaan perusahaan dalam bentuk bentuk laporan harian, bulanan, dan tahunan.

- 3) Bagian produksi menangani pembuatan tempe secara keseluruhan dari awal hingga akhir proses produksi sampai pada proses pengemasan.
- 4) Bagian pemasaran bertugas memperkenalkan produk tempe, merekrut pelanggan baru, serta mengumpulkan informasi mengenai kondisi pasar dan keadaan para pesaing.

B. Paparan Data

Berdasarkan apa yang telah peneliti dapatkan dari hasil wawancara dan observasi dilapangan, maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Pada Industri UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan

Bauran pemasaran merupakan suatu strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap Ibu Riyatun selaku bagian keuangan yang berkaitan tentang strategi yang pemasaran yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri

“kalau menurut saya strategi dalam pemasaran sangat dibutuhkan, karena strategi tersebut membantu terhadap pengembangan apalagi dalam meningkatkan pembelian dari konsumen, UD. Tempe ini kan sudah berjalan dengan cukup lama, hal yang membantu terhadap berjalannya UD. Tempe ini karena selalu adanya strategi yang dilakukan”¹

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya strategi pemasaran memang sangatlah dibutuhkan untuk diterapkan agar

¹Riyautun, Bagia Keuangan, *WawancaraLangsung*(04 April 2021).

mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Bapak Angga menambahkan pernyataan mengenai strategi yang dilakukan pada UD. Tempe Pak Heri, yaitu:

“pada UD. Tempe ini harus diperhatikan mengenai. Pertama, tentang harga. Kedua, cara kita mempromosikan produk disini. Ketiga, lokasi, lokasi disini cukup strategis sehingga juga mampu memudahkan para konsumen lokasi atau tempat UD. Tempe Pak Heri ini, dan yang terakhir tentang produk itu sendiri dalam menarik minat beli konsumen”²

Dalam hasil wawancara diatas Peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya strategi-strategi yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri sangat membantu terhadap perkembangan pada industri tersebut. Bapak Angga menambahkan pernyataan mengenai Strategi yang dilakukan di industri UD. Tempe Pak Heri dalam mempengaruhi tingkat penjualan produk.

“menurut pendapat saya hasil dari strategi-strategi yang dilakukan mampu memberikan dampak yang positif bagi industri UD. Tempe ini, yaitu dengan dibuktikannya lebih meningkatnya para konsumen dalam mengkonsumsi produk tempe yang dihasilkan, jadi kami berpendapat bahwa hasil dari penerapan strategi yang dilakukan cukup memberikan hasil, karena dari dulu pemesana tempe di UD. Tempe ini semakin bertambah”³

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan di Industri UD. Tempe Pak Heri tersebut mampu meningkatkan terhadap penjualan produk. Bapak Feriyanto selaku pimpinan dalam industri UD. Tempe tersebut menjelaskan mengenai hukum pemasaran yang diterapkan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, yaitu:

“sebenarnya pada industri UD. Tempe ini tidak banyak aturan atau hukum-hukum yang diterapkan, Cuma kami semua disini selalu menerapkan jujur dan perilaku sopan santu baik antara karyawan ataupun konsumen, karena hal itu sangat baik untuk dilakukan

²Angga, Bagian Pemasaran, *Wawancara Langsung* (04 April 2021).

³Angga, Bagian Pemasaran, *Wawancara Langsung* (05 April 2021).

apalagi dalam usaha dagang seperti, dan tentunya memberikan kesan yang baik kepada para konsumen”⁴

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya hukum-hukum ataupun aturan yang diterapkan di UD. Tempe tersebut meliputi sikap jujur dan sikap sopan santun, karena itu juga sangat dibutuhkan oleh para konsumen. Bapak Feriyanto juga menambahkan pernyataan mengenai jenis industri yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, yaitu:

“jika berbicara tentang jenis industri yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri ini, industri yang dilakukan masih bersifat industri menengah, akan tetapi meskipun seperti itu penjualan produk yang dilakukan banya karena sudah sebagian masyarakat Pamekasan Kota sudah mengenal produk dari UD. Tempe Pak Heri ini”⁵

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya jenis industri yang dilakukan pada UD. Tempe Pak Heri tersebut bersifat industri menengah akan tetapi industri tersebut sudah cukup berkembang dan sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Berikut penjelasan Wawancara mengenai UD. Tempe Pak Heri di sampaikan oleh Ibu Atun selaku konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“saya melihat peminat dari produk tempe di UD. Tempe Pak Heri semakin hari semakin meningkat, karena meskipun pengolahannya secara tradisional tapi rasanya tetep enak, jadi orang-orang dari dulu sampai sekarang tetap mengkonsumsi produk dari UD. Tempe Pak Heri”⁶

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya UD. Tempe Pak Heri sudah mulai terkenal dan peminat tempe tersebut meningkat,

⁴Feriyanto, Pimpinan, *WawancaraLangsung* (05 April 2021).

⁵Feriyanto, Pimpinan, *WawancaraLangsung* (05 April).

⁶Atun, Konsumen, *Wawancara Langsung* (06 April 2021).

meskipun pengolahan produknya secara tradisional tetapi tidak mengubah terhadap rasa dari produk tempe itu sendiri.

Hal yang sama disampaikan oleh Bapak Samsul selaku konsumen menambahkan pernyataan, yaitu:

“saya sudah lama menjadi konsumen di UD. Tempe Pak Heri, selain dari rasa produk tempennya enak, disana pelayanannya kepada pelanggan juga sangat bagus, sehingga orang-orang makin berdatangan untuk membeli produk tempe dari UD. Tempe Pak Heri”⁷

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya pelayanan yang diterapkan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, pelayanan yang diterapkan sangat bagus sehingga banyak konsumen yang merasa nyaman.

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya penetapan harga yang ditetapkan pada produk industri UD.Tempe Pak Heri memberikan harga yang masih dijangkau oleh setiap kalangan sehingga produk dari UD.Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan masih bisa dinikmati oleh semua orang.

Selain harganya yang murah, lokasi UD. Tempe Pak Heri dapat di jangkau dengan mudah yang teletak pada kota pamekasan, Jalan Purba II/8,hal ini di perjelas oleh Ibu Siti Aisyah selaku konsumen memberikan pernyataan, yaitu:

“menurut pendapat saya lokasi dari industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan tersebut cukup strategis dan mudah ditemukan oleh banyak masyarakat, sehingga masyarakat tidak

⁷Samsul, Konsumen, *Wawancara Langsung* (06 April 2021).

kesulitan jika ingin membeli secara langsung produk tempe dari UD. Tempe Pak heri Kabupaten Pamekasan”⁸

Dalam hasil wawancara peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya pemilihan penetapan lokasi juga sangat dibutuhkan, karena dengan hal itu masyarakat dengan mudah untuk mengetahui industri UD.Tempe Pak Heri Kabupaten berada.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Asih selaku konsumen menambahkan pernyataan, yaitu:

“menurut saya peminat produk dari UD. Tempek Pak Heri semakin meningkat, karena pelayanan disana cukup bagus, produk dan kemasannya juga bersih, harganya juga murah dan tempatnya juga mudah ditemukan oleh masyarakat, sehingga usaha dagang Tempe Pak Heri dar dulu sampai sekarang semakin meningkat”⁹

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan dari seluruh informan bahwasanya strategi yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan mulain dari, produk, harga, tempat/lokasi, dan cara mempromosikan produk cukup diterima baik oleh masyarakat.

2. Bagaimana Cara Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan

Konsumen merupakan salah satu unsur yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, tanpa adanya konsumen sudah dapat dipastikan pula bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bangkru. Usaha apapun harus memiliki kemampuan untuk membuat konsumen merasa terdorong untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dihasilkan. Minat konsumen untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan (stimulus) yang ditawarkan oleh perusahaan. Wawancara dilakukan dengan bapak

⁸Siti Aisyah, Konsumen, *Wawancara Langsung* (07 April 2021).

⁹Asih, Konsumen, *Wawancara Langsung* (07 April 2021).

Feriyanto selaku pimpinan mengenai promosi-promosi yang dilakukan dalam penjualan produk tempe di UD. Tempe Pak Heri, yaitu:

“dalam menarik minat beli konsumen industri UD. Tempe Pak Heri melakukan berbagai promosi, menawarkan produk tempe kepada orang-orang yang sedang berlalu lalang, membuat stiker-striker lalu ditempelkan diberbagai tempat, memanfaatkan sosial media sebagai sarana penjualan, sehingga hasil dari usaha itu membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk dari UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pameksan.”¹⁰

Dari hasil wawancara diatas peneli dapat menyimpulkan bahwasanya, untuk menarik minat beli konsumen ada banyak sekali usaha-usaha yang dilakukan pada UD. Tempe Pak Heri, diantaranya menawarkan secara langsung, membuat stiker-stiker lalu menempelkannya ditempat umum, dan memanfaatkan media sosial.

Selanjutnya wawancara dilakukan kepada bapak dayat selaku karyawan, hasil wawancaranya yaitu:

“dalam pemesan produk di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan konsumen bisa membeli secara langsung ke tempat UD.Tempe Pak Heri, ataupun bisa memesan secara *online* dari sosial media, atau bahkan bisa membeli pada pemasok di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, karena penjualan produk tidak hanya di lakukan di kecamatan Pamekasan tetapi produk UD. Tempe Pak Heri sudah dijual di berbagai Kecamatan seperti, Kecamatan Palengaan, Kecamatan Pademawu dan sekitarnya”¹¹

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya dalam pejualan produk konsumen bisa membeli dari berbagai sarana yang telah disediakan, sehingga hal itu bisa mempermudah para konsumen untuk mengkonsumsi produk tempe dari industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan.

¹⁰Feriyanto, Pimpinan, *Wawancara Langsung*, (07 April 2021).

¹¹Dayat, Bagian Produksi, *Wawancara Langsung* (08 April 2021).

UD. Tempe Pak heri memiliki perbedaan dengan tempe lainnya, hal ini diperjelas oleh hasil wawancara Ibu Riyatun yang menambahkan pernyataan mengenai perbedaan produk tempe yang dihasilkan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan dengan produk tempe lainnya, yaitu:

“pada UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan memiliki perbedaan dengan pengolahan tempe lainnya dalam meningkatkan konsumen, di UD. Tempe Pak Heri terdapat pada cara pembuatannya, disana pengolahan produk dilakukan dengan bersih, kulit kedelainya disaring, sedangkan produk tempe yang dihasilkan di tempat lain tidak melakukan penyaringan kulit kedelai hal itu bisa terlihat pada hasil produk tempe yang dihasilkan, karena apabila produk yang dihasilkan itu bersih maka konsumen yang mengkonsumsi juga akan semakin meningkat”¹²

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya perbedaan dari produk yang dihasilkan di UD. Tempe Pak Heri dengan produk tempe lainnya yaitu terletak pada cara pengolahannya produk tempe di UD. Tempe Pak Heri melakukan penyaringan kulit kedelai sedangkan produk tempe yang dihasilkan di tempat lain tidak melakukan penyaringan kulit kedelai.

Hasil wawancara lain juga disampaikan oleh Bapak Deni yang menambahkan pernyataan mengenai harga yang ditetapkan pada produk tempe di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, yaitu:

“pada industri UD. Tempe Pak Heri dalam penempatan harga pada produknya ditetapkan dengan harga yang terjangkau agar konsumen bisa merasa puas baik dari kualitas produk ataupun harga dari produk, harga pada produk tempe Pak Heri beragam mulai dari Rp.3500, 4000 sampai dengan 4500.”¹³

Dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya pada UD. Tempe Pak Heri sangat menjaga terhadap kualitas dan mutu produk

¹²Riyatun, Bagian Keuangan, *Wawancara Langsung*(08 April 2021).

¹³Deni, Bagian Produksi, *Wawancara Langsung* (08 April 2021).

serta menepatkan harga terjangkau karena hal itu sangat berpengaruh terhadap tingkat pembelian konsumen.

Selanjutnya wawancara dilakukan kepada Bapak Feriyanto selaku pemimpin yang memberikan pernyataan mengenai strategi terhadap peningkatan minat beli konsumen, yaitu berupa:

“dalam pemasaran yang dilakukan pada UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, sampai saat masih belum terpikirkan untuk menyusun strategi ulang atau bahkan menambahkan strategi yang lainnya, karena kami berpikir usaha yang dilakukan masih sangat berjalan dengan apa yang diharapkan”¹⁴

Dalam hasil wawancara yang diperoleh peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya penerapan strategi bauran pemasaran yang berupa harga, lokasi, promosi dan produk itu sangat membantu terhadap kemajuan usaha di UD.Tempe Pak Heri sehingga tidak perlu untuk menerapkan strategi yang lainnya.

Hal ini juga diperjelas oleh Bapak Jamal selaku konsumen memberikan pendapatnya, yaitu:

“saya tidak heran jika di UD. Tempe Pak heri memiliki banyak konsumen, karena disana memang sangat bagus dalam memasarkan produknya sehingga banyak orang yang merasa tertarik untuk mencoba produk tempe yang dihasilkan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan”¹⁵

Dari hasil wawancara yang diperoleh peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya strategi pemasaran yang dilakukan pada UD.Tempe Pak Heri sanga baik untuk diterapkan karena sangat membantu terhadap pengembangan usahanya di UD.Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan.

Hal yang sama juga diperjelas oleh Ibu Asih selaku konsumen yang menyatakan, yaitu:

¹⁴Feriyanto, Pimpinan, *Wawancara Langsung*(08 April 2021).

¹⁵Jamal, Konsumen, *Wawancara Langsung* (08 April 2021).

“begini ya, ada banyak sekali yang mengkonsumsi produk tempe dari UD. Tempe Pak Heri ini, karena pelayanannya kepada pelanggan sangat baik, produk dan kemasannya jugabersih dan menarik, sehingga membuat konsumen merasa tertarik untuk mencoba produk dari UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan”¹⁶

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya dari dulu sampai sekarang konsumen yang mengkonsumsi produk tempe dari UD. Tempe Pak Heri semakin meningkat karena penerapan strategi-strategi yang dilakukan.

C. Temuan Penelitian

Beberapa hasil penelitian di lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa temuan penelitian, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Bauran Pemasaran Pada Industri UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh di lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa hasil temuan yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu:

- a. Adanya lapangan pekerjaan
- b. Adanya unsur Bauran Pemasaran (*marketing mix*), yaitu:
 - 1) Produk (*product*), dalam menciptakan produk tempe di Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, produk disana diupayakan untuk bisa menarik terhadap minat beli konsumen seperti dalam bentuk kemasn, pelayanan, kebersihan dari produknya, dan rasa dari produknya .
 - 2) Lokasi (*place*), di Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, di Jalan Purba II/8 memiliki tempat yang sangat strategi,

¹⁶Asih, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (08 April 2021).

sehingga dari hasil lokasi yang ditempati memberikan kemudahan bagi setiap konsumen untuk menemukan Industri tersebut.

- 3) Harga (*price*), Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan menetapkan harga pada setiap produk yaitu dengan kisaran harga Rp.3500, 4000 sampai dengan 4500, penetapan harga tersebut cukup diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga konsumen yang mengkonsumsi produk tempe dari Industri Tempe Pak Heri semakin meningkat setiap minggunya.
- 4) Promosi (*promotion*), Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, dalam penjualan produknya melakukan beberapa promosi seperti memanfaatkan sosial media, membuat stiker-stiker lalu ditempelkan di tempat umum, promosi secara langsung pada orang-orang yang sedang berlalu lalang, dan melayani orang-orang yang membeli secara langsung.

c. Pengolahan produk yang masih tradisional.

d. Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten bersisafat (*home industry*)

2. Cara Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh di lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa hasil temuan yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu:

- a. Menciptakan produk yang berbeda dengan produk tempe yang lain.
- b. Berfokus pada kepuasan pelanggan.

Industri UD. Tempe Pak Heri mengutamakan mutu dan rasa serta berusaha keras untuk tidak mengecewakan pelanggannya dengan rasa tempe yang khas dan dijamin kualitas produk tempennya.

- c. Berusaha keras untuk melakukan perbaikan secara terus menerus dalam meningkatkan konsumen.

Pada Industri UD. Tempe Pak Heri dalam beberapa tahun memproduksi tempe selalu melakukan perbaikan secara terus menerus setiap tahunnya dengan pematangan rasa yang diinginkan oleh pelanggan serta kualitas yang dijamin dan harga yang terjangkau.

- d. Dalam memproduksi tempe pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan terdapat perbedaan dengan tempat produksi tempe yang lain, pada UD. Tempe Pak Heri dilakukan penyaringan terlebih dahulu pada kulit kedelai sehingga menghasilkan produk tempe yang berkualitas.

D. Pembahasan

1. Strategi Bauran Pemasaran Pada Industri UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan

Strategi pemasaran tidak lepas dari konsep awal tentang konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikembangkan oleh McCarthy yang dikenal dengan 4-P yaitu, *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place* telah diakui manfaat dan efektivitasnya oleh para peneliti dan praktisi pemasaran. Fokus utama strategi pemasaran mengalokasikan dan mengkoordinasikan sumber daya dan aktivitas pemasaran secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dalam produk pasar tertentu. Strategi pemasaran yang dipilih harus mampu memperdayakan sumber daya atau kekuatan internal yang dimilikinya secara optimal dalam merespon

ancaman dan peluang eksternal. Ini berasal karena pemasaran merupakan suatu fungsi yang secara langsung menentukan penjualan dan kegiatan yang mempunyai cakupan luas, karena tidak saja mencakup kegiatan internal tetapi juga eksternal perusahaan.¹⁷

Intisari pemasaran adalah menciptakan nilai pelanggan lebih besar dari pada yang diciptakan oleh pesaing. Nilai adalah perkiraan pelanggan atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya. Nilai untuk pelanggan dapat dinaikan dengan memperluas atau memperbaiki manfaat produk atau menurunkan harga (biaya yang dikeluarkan pelanggan) atau gabungan dari keduanya. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang seseorang atau kelompok lakukan untuk memperoleh yang mereka butuhkan atau inginkan melalui penciptaan atau pertukaran produk dan nilai. Adapun The American Marketing Association mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Dengan demikian, manajemen pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.¹⁸

Pemasaran merupakan suatu usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini merupakan suatu alur yang melibatkan lembaga-lembaga tata niaga seperti agen, pedagang, pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, industri pengolahan dan lain sebagainya. Dalam

¹⁷Zulki Zulkifli Noor, *Manajemen Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012), 46.

¹⁸M. suyanto, *Marketing Strategi*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2007), 9.

melakukan pemasaran pelaku usaha harus memilih pasar sasaran guna mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan minat pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan produk sehingga tercapai target pemasaran.¹⁹

Bauran pemasaran adalah sebuah peta ide dari strategi pemasaran yang perlu dipikirkan oleh perusahaan untuk mewujudkan strategi pembeda yang telah ditentukan. Argument pada sudut pandang islami yang memberikan pemerintah memproduksi produk halal dan thoyiban seperti dalam surah **Al-Baqarah Ayat: 268** yang berbunyi

اَلشَّيْطٰنُ يَعِدُّكُمْ الْفَقْرَ وَيَاْمُرُكُمْ بِالْفَحْشَاۗءِ ۗ وَاللّٰهُ يَعِدُّكُمْ مَّغْفِرَةً مِّنْهُۥ وَفَضْلًا ۗ وَاللّٰهُ سَمِيعٌ عَلِيْمٌ ۝

Artinya: “syaitan menjanjikan (manaku-nakuti kamu dengan kemiskinan dan menuruh kamu berbuat kejahatan (kikir) sedang Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. Dan Allah Maha Luas (Karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui (Al-Baqarah:268).”²⁰

QS. An-Nahal Ayat 114

فَكُلُوْا مِمَّا رَزَقَكُمْ اللّٰهُ حَلٰلًا طَيِّبًا ۗ وَاشْكُرُوْا لِعِمَّتِ اللّٰهِ اِنَّكُمْ لَآيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada Nya saja menyembah (An-Nahal:114).”

Strategi keunggulan bersaing yang telah dipilih dan ditetapkan oleh perusahaan, di peraktikan secara rinci melalui bauran pemasaran (*marketing mix*),

¹⁹ Asrina, Martini, “Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Tempe Di Desa Blang Geulanggang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen” *Jurnal S.Pertanian* Volume.1 Nomor.1 (2017).

²⁰Departemen Agama RI, (*Al-Quran dan Terjemahannya*), 45.

yaitu perpaduan komponen pemasaran melalui penciptaan sesuatu yang diperdagangkan sampai pada penyerahan sesuatu itu kepada pembeli dengan pelayanan yang proposional dan tulus serta etis untuk memperoleh respon positif pasar sasaran.²¹

Strategi bauran pemasaran yang digunakan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan melakukan pengembangan di bagian, produk, promosi, dan harga karena ketiga bagian tersebut menjadi sangat penting diperhatikan, pada bagian-bagian tersebut memiliki kegunaan dan keunggulan masing diantaranya seperti: Pertama, produk yang dihasilkan industri tempe pada UD. Tempe Pak Hari sangat memeningkan kualitas karena hal itu sangat berpengaruh terhadap kepuasan dari konsumen, jadi produk tempe menggunakan bahan-bahan yang berkualitas sehingga menghasilkan produk tempe yang berkualitas pula. Kedua, pada promosi yang dilakukan memanfaatkan sosial media sebagai sarana dalam penjualan produk serta penjualan secara langsung, bagi konsumen juga bisa membeli secara langsung. Apabila konsumen melakukan pemesanan produk tempe Pak heri maka akan diantarkan setelah empat hari dari pemesanan produk. Ketiga, harga yang ditetapkan pada UD. Tempe Pak Heri cukup terjangkau sehingga diterima baik oleh para konsumen.

Berdasarkan dari unsur bauran pemasaran dapat disimpulkan pengertian bauran pemasaran adalah 4 unsur pemasaran yang saling terkait digunakan dengan formulasi yang tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran yang efektif sekaligus memnuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Guna memuaskan diri pada strategi pembeda, bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu produk yang

²¹ Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*, 75.

dijual, strategi promosi, penentuan harga produk, dan tempat yang digunakan.²²

Penerapan bauran pemasaran meliputi 4P yaitu diantaranya:

a. Strategi Produk

Dalam strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) langkah pertama yang perlu untuk diperhatikan adalah mengenai tentang strategi produk, hal tersebut sangat penting karena yang akan dijual produk. Yang berkaitan dengan strategi produk yaitu berupa bentuk, isi dan bungkus dari produk tersebut. Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu baik berupa barang ataupun jasa, yang ditawarkan kepada konsumen agar diperhatikan dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk kepasar adalah untuk memnuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Strategi yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut:

1) Menurut logo dan motto

Logo merupakan ciri yang khas suatu perusahaan produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata yang berisikan visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat. Dalam menentukan logo dan motto perlu beberapa pertimbangan, yaitu:

a) harus memiliki arti.

Logo produk pada setiap kemasan sangatlah penting dan harus dipikirkan secara mendalam sebelum membuka usaha atau bisnis. hal ini adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan produk dalam kemasan seperti

²² Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 389.

perubahan teknologi dan persaingan pasar yang kian ketat. Biasanya suatu logo mengandung filosofi tertentu dan kerangka dasar berbentuk konsep yang bertujuan guna menciptakan sifat mandiri. Selain itu, setiap bentuk logo juga wajib mempunyai suatu ciri khas tertentu untuk membedakan logo yang satu dengan logo yang lainnya, baik itu dari segi bentuk maupun warnanya. Pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan memilih logo dengan tulisan tempe Pak Heri dengan warna merah pada setiap penulisan huruf, warna merah dipilih karena warnanya yang cerah dan juga melambangkan kesuksesan, hal itu dilakukan untuk membedakan produk tempe Pak Heri dengan produk tempe lainnya.

b. Harus menarik perhatian.

Kemasan pada suatu produk harus menarik dan mempesona karena pada kemasan yang menarik dapat mencuri perhatian pelanggan. Warna, gambar, desain, dan ukuran juga harus diperhatikan dalam membuat desain kemasan. Pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan dalam memperhatikan produknya juga memperhatikan dalam pengemasannya, kemasan dan desain logo yang digunakan diupayakan untuk menarik perhatian para konsumen dan calon konsumen.

c. Harus mudah diingat.

Selain untuk membuat ketertarikan pada konsumen logo yang sederhana juga akan memberikan kesan yang baik bagi siapa saja yang melihatnya. Sebuah logo yang baik tentunya akan mudah diingat banyak orang dan tidak akan tergerus oleh zaman. Pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan melakukan pemilihan logo yang sederhana yaitu Tempe Pak Heri agar para konsumen bisa dengan mudah untuk mengingatnya.



2) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus ciri khas suatu produk, penciptaan kemasan harus memenuhi berbagai persyaratan seperti:

a. kualitas kemasan (tidak mudah rusak).

Kualitas kemasan juga merupakan hal yang perlu untuk diperhatikan pula, karena kemasan akan menjaga kualitas dari produk itu sendiri, pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan menggunakan kemasan yang memiliki kualitas baik serta dalam menjaga ketahanan produk.

b. Bentuk atau ukuran termasuk desain menarik dan sebagainya.

Dalam bentuk ukuran pada setiap produk harus memiliki bentuk ukuran yang sekiranya dapat menarik minat pembeli. Pada Industri UD. Temep Pak Heri Kabupaten Pamekasan memiliki tiga variasi bentuk ukuran yaitu besar, sedang dan kecil karena pada Industri Tempe Pak Heri menjual produk tempenya dengan tiga jenis harga mulai dari Rp. 4500, 4000, 3500.

3) Menciptakan merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal merek harus mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a) Mudah diingat.
- b) Terkesan hebat dan modern
- c) Memiliki arti (dalam arti positif).
- d) Menarik perhatian.

4) Keputusan label

Label merupakan suatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label harus dijelaskan:

- a) Siapa yang membuat.
- b) Dimana dibuat.
- c) Cara menggunakannya.
- d) Waktu kadaluwarsa dan informasi lainnya.²³

²³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Garindo Persada, 2016), 175.

Produk tempe Pak Heri merupakan produk tempe yang halal dan memiliki kualitas yang baik, serta memiliki rasa yang sesuai dengan selera para konsumen. Label pada tempe tersebut dibagian kemasan bertuliskan “tempe p. heri” sehingga konsumen akan tahu nama pembuat tempe tersebut dan sudah tertulis alamat pembuatan tempe tersebut sehingga konsumen bisa langsung memesan produk tempe pak heri tanpa harus pergi kepasar

b. Strategi Harga

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai dalam mata uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup.
- 2) Untuk memaksimalkan laba.
- 3) Untuk memperbesar market share.
- 4) Mutu produk.
- 5) Karena pesaing.

Setelah ditetapkan tujuan dari penentuan harga, langkah selanjutnya adalah menentukan besarnya harga berdasarkan angka. Besarnya nilai harga yang harus dipasang tentu disesuaikan

dengan tujuan penentuan harga. Modifikasi harga atau diskriminasi harga dapat dilakukan menurut hal-hal sebagai berikut:

- 1) Menurut pelanggan.
- 2) Menurut bentuk produk.
- 3) Menurut tempat.
- 4) Menurut waktu.²⁴

Tujuan penetapan harga bagi perusahaan adalah untuk menetapkan harga yang masuk akal bagi konsumen dan juga agar produsen dapat bertahan di pasar. Setiap perusahaan berada dalam bahaya tersisih dari pasar karena persaingan yang ketat, perubahan preferensi dan selera pelanggan. Oleh karena itu, saat menentukan biaya produk semua variabel dan biaya tetap harus dipertimbangkan.

Harga yang ditetapkan pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan mulai dari kisaran harga Rp. 3.500, 4.000 sampai dengan 4.500, berbeda dengan tempe pada umumnya yang ada di Pamekasan harga tempe lainnya yaitu kisaran Rp. 5000. Sehingga tempe pak heri terbilang murah dengan tempe lainnya, hal tersebut sudah disesuaikan dan dipertimbangkan dengan baik oleh Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan dalam menarik pelanggan.

c. Strategi Tempat

Tempat yang dibahas disini bukan lokasi atau tempat usaha, melainkan tempat bertemunya konsumen dengan penawaran produk atau terjadinya transaksi. Dalam konteks ini tempat lebih di titik beratkan pada strategi

²⁴Ibid, hlm, 117.

distribusi dan salurannya. Sistem penyaluran atau distribusi produk bisa menciptakan keunggulan bersaing dari seorang bisnis. Seorang wirausaha yang cerdas akan mengetahui bahwa semakin kuat jaringan distribusi dari sebuah produk maka keunggulan bersaing dari perusahaan yang dibangun akan meningkat.²⁵

Dalam perspektif syariah, saluran pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Namun tersirat Islam lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. Hal itu dihindari untuk adanya pencegahan barang sebelum sampai ke pasar. Lokasi Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan tempatnya berada di rumah Heri selaku pemilik dari Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan. Lokasinya pun tidak jauh dari pemukiman penduduk, terletak pada jalan Putba II/8, yang terletak pada kota Pamekasan.

d. Strategi Promosi

Pada zaman dahulu disaat negara sedang tumbuh, promosi mungkin tidak penting karena masyarakat memang mencari dan membutuhkan suatu barang. Namun seiring dengan perkembangan ekonomi dan mulainya muncul pesaing-pesaing yang masuk kedalam pasar, seorang wirausaha harus memikirkan strategi promosi dan penjualan yang akan membuat bisnisnya tetap berjalan dengan baik, ada 3 elemen penting dari sasaran atau target sebuah promosi, yaitu:

- 1) Pembentukan merek.

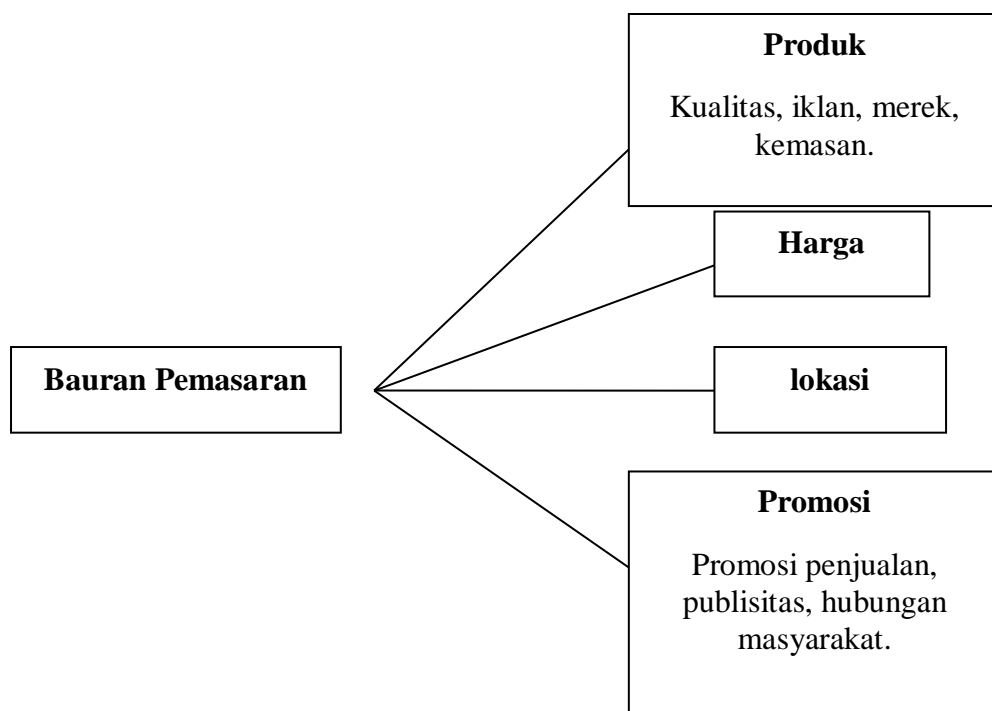
²⁵ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 395.

2) Layanan kepada konsumen berupa komunikasi dan penyampaian sebuah informasi.

Menciptakan kesetiaan pelanggan.²⁶

Strategi promosi yang dilakukan Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan yang melakukan berbagai cara promosi di antaranya; membuat stiker-stiker, memanfaatkan sosial media sebagai sarana penjualan, memberikan label pada setiap produk tempe.

Gambar.1



2. Cara Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Industri UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan

Untuk meningkatkan minat beli pada konsumen, industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan sangat mengedepankan terhadap kepusanaan para

²⁶Ibid , hlm, 392.

pelanggannya. Untuk menjaga kualitas tempe Pak Heri, tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk melainkan suatu paket kepuasan yang didapat dalam pemberian produk. Kepuasan tersebut merupakan akumulasi kepuasan fisik, psikis, simbolis dan pelayanan yang diberikan oleh produsen.²⁷

Keputusan-keputusan tentang produk mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk berupa barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut, fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut menyangkut pengemasan produk, penataan dan servis yang diberikan dalam memberikan produk. Keputusan pemilihan produk merupakan langkah awal yang harus ditentukan perusahaan untuk terus berkembang. Setelah produk telah ditentukan langkah selanjutnya yaitu mengenai harga, tempat, dan promosi yang akan diambil.

Pada produk tempe yang dihasilkan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan memiliki perbedaan dengan produk tempe lainnya, perbedaannya terletak pada kualitas barang yang dihasilkan, pada produk tempe Pak Heri sangat menjaga terhadap kualitas produk seperti cara pembuatan dan kebersihan dalam mengolah kedelai menjadi produk

²⁷ Philip Kotler A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, (Jakarta Salemba Empat, 2001), 560.

tempe, pada produk tempe Pak Heri melakukan penyaringan kulit kedelai hal tersebut dilakukan bertujuan untuk menghasilkan produk yang baik dan berkualitas, sedangkan produk tempe yang dihasilkan di tempat lain tidak melakukan penyaringan kulit kedelai hal itu bisa dilihat pada hasil produk yang dihasilkan, sehingga konsumen dapat membedakan mana kualitas produk yang baik dan tidak.

b. Harga

Harga merupakan sebuah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang ataupun jasa. Harga yang ditetapkan pada produk tempe di Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan diupayakan untuk tidak memberatkan konsumen, maka dari itu agar semua kalangan bisa dapat menikmati produk tempe Pak Heri tanpa terkecuali, harga yang ditetapkan mulai dari Rp. 3.500, 4.000, sampai dengan 4.500. harga-harga tersebut cukup diterima baik oleh semua konsumen.

c. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan melakukan promosi berupa diberikan label Tempe Pak Heri pada bungkus Produk Tempe yang suda

jadi agar calon konsumen bisa mengingat tentang produk yang dikonsumsinya, serta membuat stiker-stiker lalu ditempelkan di tempat umum, dan memanfaatkan sosial media sebagai sarana penjualan.

Perencanaan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan dalam menarik konsumen melakukan perencanaan-perencanaan tertentu diantaranya:

- 1) Promosi, ada beberapa bentuk promosi yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan, diantaranya seperti membuat stiker-stiker lalu menempelkan ditempat umum dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan, dan memberikan label Tempe Pak Heri pada bungkus produk tempe yang sudah jadi.
- 2) Pemasaran langsung, pada industri UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan juga melakukan pemasaran secara langsung yaitu dengan menawarkan produk tempe kepada masyarakat dan melayani para konsumen dengan baik
Berhubungan baik dengan para pelanggan, dalam menarik minat beli para konsumen tentunya diperlukan hubungan yang baik pula dengan pelanggan, karena itu akan menimbulkan citra yang baik pada Industri UD. Tempe Pak Heri terhadap para pelanggan.

Proses manajemen pada dasarnya merupakan suatu tahapan kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan dengan beberapa tahap yaitu, merencanakan (*planning*) adalah suatu proses menetapkan sasaran dan tindakan yang perlu untuk mencapai sasaran tersebut. Manajer memikirkan dengan matang terlebih dahulu sasaran dan tindakan serta tindakan yang

berdasarkan dengan metode, rencana, dan logika. Rencana dapat berupa rencana informal atau rencana formal. Rencana informal adalah rencana yang tidak tertulis dan bukan merupakan tujuan bersama anggota suatu organisasi. Sedangkan rencana formal adalah rencana tertulis yang harus direncanakan suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu. Rencana formal merupakan rencana bersama anggota korporasi, artinya setiap anggota harus mengetahui dan menjalankan rencana tersebut. Rencana dibuat untuk mengurangi ambiguitas dan menciptakan kesepahaman tentang apa yang harus dilakukan.

Adanya kegiatan sebuah bisnis memberikan manfaat baik bagi perusahaan, pemerintah maupun masyarakat luas, antara lain:

a. Memperoleh keuntungan

Suatu bisnis dikatakan layak untuk dijalankan apabila bisnis tersebut akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan keuangan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalankan.

b. Membuka peluang pekerjaan

Dengan adanya bisnis jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal disekitar lokasi usaha. Adanya peluang pekerjaan ini akan memberikan pendapatan bagi masyarakat yang

berkerja pada usaha tersebut, sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahterannya.²⁸

Promosi merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang digunakan untuk mengadakan komunikasi dengan konsumennya, promosi digunakan untuk memberi tahu, membujuk serta meyakinkan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Pada UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan strategi bauran pemasaran yang dijalankan yaitu diantaranya produk (*product*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Ketiga strategi tersebut digunakan sampai saat ini guna untuk meningkatkan pemasaran produk.

²⁸ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2016), 07.