

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Kripik Tette

Singkong merupakan hasil bumi yang dapat diolah menjadi berbagai cemilan, baik itu cemilan basah ataupun kering, seperti keripik singkong misalnya. Keripik singkong pun memiliki bermacam variasi, ada yang berbentuk bundar, panjang bahkan ada yang dihaluskan dulu sebelum dijadikan keripik. Mungkin sudah banyak yang tahu bahwa kabupaten Pamekasan merupakan penghasil banyak cemilan termasuk rengginang dan keripik singkong. Namun, keripik singkong khas Pamekasan ini berbeda dengan keripik singkong yang biasa kita temui. Karena, cara membuatnya unik dan masih manual serta bentuknya juga unik, bentuknya itu pipih.

Nama keripik singkong khas Pamekasan ini biasa disebut dengan kripik Tette. Tette kalau diartikan ke dalam bahasa Indonesia artinya adalah Tumbuk. Nama tersebut diambil dari proses pembuatan keripik tette ini yang dipipih dengan cara ditumbuk di atas batu. Ada beberapa desa penghasil keripik Tette ini di kabupaten Pamekasan, di antaranya adalah desa Toronan, Desa Plakpak dan Blumbungan. Hasil banyaknya produksi keripik tette ini tergantung cuaca di desa-desa tersebut, bila cuaca panas maka hasilnya akan banyak. Namun, kadang saat musim tembakau warga desa tersebut banyak yang beralih pekerjaan untuk sementara, yakni bekerja sebagai buruh tembakau. Hal itu juga menjadi

berpengaruh pada sedikit banyaknya hasil produksi keripik tette ini. Penjualan keripik tette ini bukan memakai kilo, tapi memakai per ikat

2. Lokasi Produksi Kripik Tette

Berlokasi di Desa Toronan Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan Provinsi Jawa Timur 69371. Secara geografis Desa Toronan merupakan Desa yang dikelilingi oleh kelurahan kowel, dari batas timur, selatan dan utara berbatasan dengan kelurahan kowel, hanya batas paling barat yang berbatasan dengan Desa Larangan badung. Desa Toronan terdiri dari empat dusun yaitu dusun selatan, dusun tengah, dusun utara 1 dan dusun utara 2.

3. Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat

Mewabahnya virus covid mengharuskan masyarakat melakukan kegiatan dirumah saja untuk memutuskan rantai penyebaran virus sesuai dengan kebijakan pemerintah. Segala aktivitas dilakukan secara *online* ataupun daring guna menghindari berkumpulnya manusia. Hal tersebut akhirnya membuat banyak kegiatan yang memerlukan interaksi secara langsung harus dihindari dan membatasi kegiatan masyarakat untuk keluar rumah. Kondisi ini tentunya juga akan berpengaruh pada kegiatan ekonomi secara signifikan terhadap berbagai sektor seperti terjadi pada para pelaku usaha mikro kecil. Keadaan tersebut sangat berdampak di perekonomian masyarakat. Sehingga Heny salah satu masyarakat di Desa Toronan Kecamatan Pamekasan melakukan suatu inisiasi untuk terus memenuhi kebutuhan hidup dengan mulai usaha memproduksi kripik tette berikut ini hasil wawancaranya:

“Saya memproduksi usaha kripik ini karena untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, selain itu pembuatannya yang mudah”¹

Melakukan dan membuka kegiatan usaha produksi kripik karena keadaan yang memaksa untuk melakukan hal ini, selain itu melihat potensi yang ada serta pembuatannya yang tidaklah sulit sehingga memutuskan untuk memproduksi kripik tette sebagai usaha dan ladang penghasilan.

Hampir sama dengan apa yang disampaikan oleh Sunaideh salah satu pengusaha kripik tette di Desa Toronan berikut ini penyampaiannya:

“Memproduksi kripik tette ini adalah suatu usaha yang bagi saya cukup menguntungkan, pembuatannya yang mudah serta bahan bakunya juga banyak, selain itu saya memproduksi kripik tette ini karena kerjaan ini bisa dilakukan dirumah, kapan saja bisa memproduksi tanpa adanya tekanan dari siapapun”²

Memproduksi kripik tette merupakan salah satu usaha yang menguntungkan meskipun secara keuntungan tidak besar akan tetapi cukup untuk memenuhi kebutuhan, selain itu cara memproduksi yang cukup mudah dan bahan baku yang tidak terlalu sulit serta bisa dikerjakan dirumah, hal inilah yang menjadi suatu alasan kenapa membuka usaha produksi kripik tette.

Dari hasil wawancara diatas sesuai dengan observasi yang peneliti lakukan yang mana bahwa usaha produksi kripik tette ini memberikan keuntungan dengan pekerjaan yang bisa dilakukan dirumah sendiri. Terdapat penyampaian dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Juhai berikut ini penyampaiannya:

“Memproduksi kripik tette ini sudah lama, sebelum pandemi covid saya sudah melakukan produksi kripik tette, pada saat pandemi meskipun usaha diluar banyak yang tutup sementara saya tetap memproduksi kripik tette”³

¹ Heny, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

² Sunaide, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

³ Juhai, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

Melakukan usaha produksi kripik tette sudah lumayan lama meskipun pada saat pandemi covid tetap memproduksi kripik tette karena masih laku dipasar.

Dalam menjalankan usaha yang baik memiliki tujuan untuk bagaimana memberikan kemajuan, untuk mempertahankan usaha sehingga cara memasarkan suatu produk itu harus menjadi salah satu perhatian bagi setiap pengusaha hal ini juga disampaikan oleh Heny selaku pengusaha kripik tette berikut ini hasil wawancaranya:

“Kripik tette yang saya produksi saya melakukan penjualan dengan dua cara yang pertama dengan cara *offline* atau cara tradisional yang kedua adalah cara *online*. Dilakukan dengan dua cara supaya lebih cepat lakunya”⁴

Pemasaran yang dilakukan oleh salah satu pengusaha kripik tette menggunakan dengan dua cara hal ini dilakukan untuk mempercepat perputaran. Penyampaian yang sama juga disampaikan oleh Sunaideh berikut ini penyampaiannya:

“Dalam melakukan penjualan kripik tette ini dengan tetap menjual secara tradisional *offline* karena saya sudah punya konsumen yang rutin ngambil atau beli kesaya untuk dijual kembali, selain itu saya juga melakukan penjualan *online* dengan menggunakan edia sosial seperti *Wathsaaap*,”⁵

Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette dalam menjual produknya menjual dengan cara tradisional yaitu cara *offline* cara ini tetap dilakukan karena suda ada beberapa pelanggan yang beli untuk dijual kembali, selain itu menjual secara *online* dengan memanfaatkan media sosial. Hal yang sama dijelaskan oleh ibu Sarideh beliau menyampaikan:

“saya melakukan penjualan secara *online* karena saya ingin lebih menjangkau pasar yang lebih luas dan ingin lebih cepat perputarannya,

⁴ Heny, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

⁵ Sunaideh, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

karena tidak hanya menunggu orang datang kerumah untuk beli atau tidak hanya menjual dalam ruang lingkup pasar tradisional saja”⁶

Melakukan penjualan secara *online* karena ingin lebih menjangkau pasar yang lebih luas, karena tidak hanya menunggu orang datang kerumah untuk beli atau tidak hanya menjual dalam ruang lingkup pasar tradisional. Hal senada juga disampaikan oleh Asma berikut ini petikan wawancaranya:

“Dengan penjualan secara online tentu semakin banyak dari pembeli karena tidak hanya menjual secara tradisional kepasar saja akan tetapi lebih menjangkau secara luas sehingga dari pembeli tentu semakin banyak”⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan itu menggunakan dengan dua cara yaitu cara tradisional atau *offline* menjual kripik tette kepada orang dan tengkulak atau dijual langsung kepasar, serta menjual dengan cara yang lebih terbaru yaitu menjual secara *online* dengan memanfaatkan media sosial untuk lebih memperluas jangkauan pasar.

Hal ini sesuai dengan observasi yang peneliti lakukan yang mana bahwa memang dalam strategi pemasaran atau dalam penjualan menggunakan dengan dua cara yaitu dengan menjual langsung kepada tengkulak atau langsung kepasar dan juga menjual secara *online* untuk bisa lebih menjangkau secara luas konsumen.

Setiap kegiatan perlu adanya terkait strategi, atau cara untuk bagaimana menjalankan kegiatan, sama halnya dalam dunia usaha begitu penting adanya yang namanya strategi untuk bagaimana menarik minat beli konsumen, hal ini djelaskna oleh Heny berikut petikan wawancaranya:

“Untuk menarik hati konsumen untuk membeli kripik tette ini bervariasi kalau dalam media *online* saya melakukan testi terhadap produk contoh

⁶ Sarideh, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

⁷ Asma, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

membuat video rujak kripik dengan kualitas kripik yang bagus dan juga menggunakan pamflet, selain itu kalau secara offline memberikan bonus terhadap konsumen yang biasanya seikat isi 100 dengan harga Rp.10.000 menjadi seikat isi 115 dengan harga yang sama”⁸

Dapat diketahui bahwa untuk menarik konsumen dilakukan dengan berbagai cara kalau dalam *online* melakukan tetsti terhadap kripik tette dengan membuat video rujak kripik tette menampilkan begitu renyahnya kripik tette yang dijual selain itu produsen juga membuat pamflet menarik, kalau secara tradisionalnya menggunakan cara dengan memberikan bonus terhadap konsumen yang biasanya seikat isi 100 dengan harga Rp.10.000 menjadi seikat isi 115 dengan harga yang sama. Selain itu kualitas produk menjadi salah satu komponin yang selau menjadi perhatian bagi konsumen hal ini dijelaskan oleh Sunaideh berikut penjelasannya:

“Terkait produk atau kripik tette yang saya produksi itu selalu saya perhatikan terkait kualitasnya, saya perhatikan dari proses pertama, yaitu dari singkong yang kualitasnya bagus, dimasak dengan cara yang benar, saya juga memperhatikan kebersihan dan pengolahannya serta kehalalan dari bahan dan prosesnya sehingga saya pastikan kripik tette yang saya jual dengan kualitas yang baik”⁹

Dapat disimpulkan bahwa kripik tette yang di daganggkan dengan kualitas yang baik, karena sangat diperhatikan dari proses awal baik dari kualitas singkongnya, cara memasaknya, kebersihannya, kehalalan dari bahan dan caranya sehingga hal ini yang menjadi suatu komponin jaminan baiknya kualitas kripik tette.

Produksi kripik tette ini memang mudah dilakukan akan tetapi tetap perlu diperhatikan terkait bahan bakunya yang digunakan yaitu singkong supaya tetap terjamin hal ini disampaikan oleh Sarideh berikut ini petikan wawancaranya:

⁸ Heny, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

⁹ Sunaideh, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

“Dalam melakukan produksi kripik tette ini tetap selalu diperhatikan bahan yang digunakan untuk menjamin kesehatan dari kripik, kripik disini tidak pernah menggunakan bahan pengawet jadi insya allah aman dan sehat”¹⁰

Memproduksi kripik tette sangat diperhatikan bahan baku yang digunakan untuk menjamin kualitas dari kripik, serta tidak menggunakan bahan pengawet yang menjadikan kripik yang diproduksi aman untuk dikonsumsi. Hal senada juga disampaikan oleh Asma selaku pengusaha kripik tette berikut ini petikan wawancaranya:

“Memproduksi kripik tette ini tidak perlu menggunakan pewarna makanan dan juga tidak pernah menggunakan bahan pengawet, cuman dalam memproduksi kripik tette ini ada yang menggunakan air garam sebagai penyedap rasa yang gurih sehingga dipastikan aman untuk dikonsumsi”¹¹

Dalam memproduksi kripik tette tidak perlu menggunakan pewarna makanan apalagi menggunakan pengawet, akan tetapi dalam produksi kripik tette ada sebagian yang menggunakan air garam sebagai penyedap rasa untuk mendapatkan rasa yang gurih sehingga hal ini sangat terjaga dan aman untuk dikonsumsi.

Dari hasil wawancara diatas sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti, yang mana dalam observasi yang dilakukan menghasilkan bahwa dalam memproduksi kripik tette tidak menggunakan pengawet dan juga tidak menggunakan pewarna makan, kripik tette yang dihasilkan memang murni dan juga dibuat dengan alat tradisional sehingga aman untuk dikonsumsi semua orang. Kualitas selalu diperhatikan yaitu menjual kripik tette yang bagus akan tetapi dari harga tetap mengikuti harga pasaran hal ini disampaikan oleh Juhai berikut ini penyampaiannya:

¹⁰ Sarideh, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

¹¹ Asma, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

“Meskipun kripik tette dengan kualitas yang bagus kami tetap menetapkan harga mengikuti dengan harga pasar, yaitu periket isi 100 dan dikami masih ada bonus 15 biji jadi isi 115 dengan harga Rp. 10.000. untuk para tengkulak hal ini untuk bisa menarik konsumen lebih banyak serta memberikan kepuasan kepada konsumen dengan kualitas yang bagus”¹²

Terkait harga mengikuti harga pasar akan tetapi tetap dengan kualitas yang bagus, harga pasar yaitu satu iket isi 100 dengan harga Rp.10.000.

Selain wawancara dengan produsen peneliti juga melakukan wawancara kepada salah satu konsumen yang sudah berlangganan dengan kripik tette khas desa Toronan ini. Berikut petikan wawancara dari saudara putri:

“Cita rasa dari kripik tette desa toronan ini memang mempunyai rasa khas yang berbeda, selain dari rasanya bentuknya juga berbagai macam varian, ada panjang bulat besar dan bulat kecil, jadi konsumen bisa memilih mana yang cocok untuk selernya.”¹³

Salah satu konsumen yang sudah berlangganan mengemukakan bahwa memang ada cita rasa khas tersendiri untuk kripik tette desa toronan, putri juga mengemukakan bahwa bukan hanya dari rasanya yang berbeda tapi dari segi bentuknya juga mempunyai ciri khas tersendiri. Hal ini senada dengan saudara Misnati, berikut isi wawancaranya:

“Saya sudah hampir dua tahun berlangganan dengan kripik tette desa toronan ini, karena menurut saya rasanya memang berbeda dengan kripik tette daerah lainnya, dan untuk pembelinya saya langsung menjemput ketempat karna saya menggunakan sistem kulakan jadi perikatnya dikasih harga yang lebih murah karna masih ingin dijual kembali.”¹⁴

Terkait pembeliannya saudara Misnati yang sudah berlangganan hampir dua tahun menggunakan sistem kulakan yaitu membeli banyak dan nantinya akan dijual kembali dengan harga yang lebih mahal.

¹² Juhai, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

¹³ Putri, *Konsumen Kripik Tette*, wawancara langsung, (Selasa, 20 Desember 2022)

¹⁴ Misnati, *Konsumen Kripik Tette*, wawancara langsung, (Selasa, 20 Desember 2022)

4. Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Menjalankan suatu usaha secara baik itu menjadi suatu keharusan untuk bagaimana dalam mempertahankan bahkan dalam mengembangkan usaha apalagi dewasa ini begitu sengit persaingan dalam dunia usaha dengan demikian harapan supaya perusahaan atau usaha mikro maupun makro tidak terkikis oleh pesaing-pesaing yang semakin banyak.

Dalam melakukan pemasaran produk yang kita jual perlu tetap memperhatikan kebenaran dan kejujuran sesuai dengan yang diajarkan dalam Islam hal ini dijelaskan oleh Juhai berikut ini penjelasannya:

“Kami dalam melakukan suatu pemasaran itu benar-benar di sesuaikan dengan keadaan artinya tidak ada kebohongan visual yang dilakukan, kripik yang dijual itu diberitahukan kualitasnya dan harganya juga diperjelas sehingga nantinya pelanggan tidak merasa dibongi”¹⁵

Dapat diambil kesimpulan dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette ini mengedepankan suatu kebenaran dan kejujuran terhadap konsumen yang mana distu dapat kita lihat bahwa tetap memperjelas kualitas produk dengan harga yang jelas yang ditetapkan.

Selain harus mengedepankan kebenaran dan kejujuran seorang pengusaha harus memiliki rasa tanggung jawab hal ini dibenarkan oleh Sarideh berikut petikan wawancaranya:

“Rasa tanggung jawab itu harus ada dalam diri orang yang menjalankan usaha, hal ini juga saya terapkan yang mana saya ketika diberikan rezeqi dengan banyak pesanan/permintaan saya semaksimal mungkin bertanggung jawab untuk memnuhi permintaan tersebut, dan apabila ada pesanan yang sudah ditentukan banyak dan harinya itu sebisa mungkin

¹⁵ Juhai, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

saya menepati karena hal ini menjadi salah satu bentuk kepuasan bagi pelanggan”¹⁶

Tanggung jawab harus ada pada diri orang yang memiliki usaha karena hal ini menjadi salah satu bentuk kepuasan terhadap pelanggan, karena ketika bertanggung jawab terhadap pesanan yang diminta oleh konsumen jika sesuai maka konsumen akan merasa nyaman dan puas, ini juga dilakukan oleh ibu Surideh yang mana tetap bertanggung jawab terhadap pesanan yang dilakukan oleh konsumen.

Dapat diambil kesimpulan bahwa dalam melakukan penjualan kripik tette mengedepankan keberanian dan kejujuran terhadap konsumen dengan memberitahukan kualitas produknya serta juga mengedepankan tanggung jawab yang dibebankan misalnya ketika ada pesanan banyak, hal ini dikerjakan dengan penuh semangat dan tanggung jawab supaya tidak mengecewakan konsumen/pelanggan.

Selain rasa tanggung jawab itu harus ada komunikasi yang baik antara pemilik/penjual dengan konsumen, berikut ini dibenarkan oleh Asma selaku pengusaha kripik tette berikut ini petikan pendapatnya:

“Yang saya lakukan adalah membangun komunikasi yang baik terhadap konsumen, apalagi terhadap konsumen yang pesanan banyak supaya bisa terhalin silaturahmi dan juga mempererat tali persaudaraan serta juga mempermudah dalam berkordinasi terkait barang yang dibeli”¹⁷

Selain mewawancarai mengenai produknya, peneliti juga menanyakan mengenai pemasaran dalam persepektif ekonomi Islam, berikut hasil wawancaranya yang dikemukakan oleh saudara Parman:

¹⁶ Sarideh, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

¹⁷ Asma, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

“Saya suka dengan cara memasarkannya karna produsennya jujur, amanah serta bertanggung jawab, setiap saya memesan tidak pernah telat dengan waktu yang sudah ditentukan walaupun pesanan saya banyak”¹⁸

Untuk pemasarannya sudah sesuai dengan persepektif ekonomi Islam yaitu menerapkan sifat jujur, amanah dan bertanggung jawab dalam setiap menerima pesanan dari konsumen baik yang berlanggan maupun konsumen baru tidak ada sifat membeda-bedakan satu sama lain. Hal ini juga dikemukakan oleh saudara dani selaku konsumen baru, berikut wawancaranya:

“Saya merasa puas atas pelayanannya, selain produsennya ramah dan sopan mereka juga sangat jujur dengan hitungan perikatnya malahan ada bonus setiap ikatnya sekitaran 15 biji”

Selain jujur, didalamnya juga terdapat trik untuk menarik minat beli konsumen dengan cara memberi bonus pada setiap ikat yaitu yang biasanya isi 100 biji menjadi 115 biji per ikat.

Selain komunikasi yang baik, dalam pemasaran Syariah produsen harus mempunyai rasa keberanian yang tinggi. Hal ini disampaikan oleh saudara Asma berikut petikan wawancaranya:

”Saya setiap harinya memproduksi kurang lebih 1.000 biji, dan kalau 1 bulan perkiraan kalau cuaca setiap hari bagus saya memproduksi sampai 30.000 biji, itupun kadang tidak pas laku semua, tapi saya tetap berani membuat banyak karna saya yakin yang namanya usaha kadang laku kadang tidak”¹⁹

Pendapat yang dikemukakan oleh saudara asma membuktikan bahwa pengusaha kripik tette juga mempunyai keberanian dalam memproduksi banyak mereka tidak takut rugi karna sudah mempunyai prinsip kalau yang namanya pengusaha tidak pas selalu untung selamanya pasti ada tantangan didalamnya. Selain rasa berani yang terpenting juga harus mempunyai sifat cerdas dalam

¹⁸Parman, *Konsumen Kripik Tette* , wawancara langsung, (Rabu, 21 Desember 2022)

¹⁹Asma, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

membuat usaha, hal ini peneliti menanyakan kepada saudara sunaidah, berikut wawancaranya:

“kalau dalam pemasaran secara *online* saya kurang tahu karna umur saya yang sudah tua, jadi saya pasrahkan ke anak saya, kalau dalam pemasaran *offline* saya sudah pintar dalam memasarkannya karna sudah 20 tahun lebih berpengalaman, apalagi dalam proses pembuatan saya sudah sangat paham sehingga cepat memproduksi banyak dalam setiap harinya.”²⁰

Ibu sunaidah berpendapat bahwa sudah sangat paham atau pandai dalam memasarkannya jika secara langsung, tapi kalau secara online ibu sunaidah pasrah kepada anaknya karna tidak paham sosmed, selain pintar dalam memasarkannya ibu sunaidah juga pandai dalam pembuatan produknya sehingga perharinya bisa memproduksi banyak.

Dari wawancara tersebut peneliti bisa mengetahui bahwa memproduksi kripik tette juga harus mempunyai kecerdasan tersendiri baik dalam pemasaran maupun memproduksinya, yang mana memproduksi kripik tette harus mempunyai skill tersendiri karna sangat berbeda dengan pembuatan kripik lainnya.

5. Peluang Dan Tantangan Penerapan Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat

a. Peluang

Strategi dalam usaha merupakan langkah atau cara untuk menyiapkan tindakan yang akan dilakukan untuk mengembangkan suatu usaha yang dilakukan, pengembangan usaha menjadi hal wajib bagi setiap pemilik usaha karena tanpa dengan adanya strategi untuk mengembangkan usahanya akan

²⁰ Sunaidah, *Pengusaha Kripik Tette* , wawancara langsung, (Sabtu, 26 Desember 2022)

merasakan stagnan tidak akan ada kemajuan yang pada akhirnya akan membuat kebangkrutan, maka dari itu untuk menghindari suatu hal yang tidak diinginkan maka memiliki strategi untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya itu menjadi suatu kewajiban, setiap usaha itu berbeda cara atau strategi dalam mempertahankan atau bahkan mengembangkan usahanya, akan tetapi dalam setiap usaha yang dijalankan pasti tidak luput dari yang namanya peluang dan tantangan.

Setiap usaha itu berbeda cara atau strategi dalam mempertahankan atau bahkan mengembangkan usahanya dan para pengusaha hari ini kebanyakan sudah melek teknologi sehingga dalam melakukan pemasaran dan penjualan itu dengan dua cara yaitu secara tradisional atau *offline* dan secara *online* tentu kedua cara tersebut memiliki dampak/peluang masing-masing hal ini dijelaskan oleh Sarideh berikut ini petikan wawancara:

“Melakukan pemasaran secara *online* memiliki dampak yang sangat baik diantaranya adalah semakin luasnya jangkauan pasar, konsumen akan semakin bertambah banyak serta perputaran dana akan semakin cepat”²¹

Pemasaran secara *online* memiliki beberapa manfaat atau peluang yang dihadapi diantaranya semakin bertambahnya konsumen dikarenakan semakin luasnya jangkauan pasar sehingga hal ini akan semakin meningkatkan pendapatan. Hal senada juga disampaikan oleh Asma peluang dalam penjualan secara tradisional berikut ini hasil wawancaranya:

“Pemasaran secara langsung ini juga memiliki peluang yaitu akan lebih banyak memiliki pelanggan tetap yang sering ngambil kripik tette untuk dijual kembali, sehingga ketika melakukan pembelian itu pasti dalam jumlah yang banyak”²²

²¹ Sarideh, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

²² Asma, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

Penjualan secara langsung memiliki peluang yang sangat besar karena kebanyakan yang melakukan pembelian adalah konsumen/tengkulak. Mereka melakukan pembelian secara besar/partai untuk dijual kembali. Peneliti juga menanyakan kepada konsumen mengenai peluang penjualan via online. Berikut hasil wawancaranya dengan saudara sunarya:

“Saya melakukan pembelian dengan cara online, awalnya saya tertarik dengan salah satu story whatsapp produsen yang menampilkan video enaknya rujak dengan kripik tette dan menggunakan sambal petis, dari itu saya tertarik untuk memesan kripik tette tersebut”²³

Salah satu konsumen tertarik membeli kripik tette karena melihat story whatsapp dari sebagian produsen, maka dari itu terbukti jika penjualan online mempunyai peluang besar untuk memperluas target pasar

b. Tantangan atau kendala

Selain peluang yang ada tentu sudah sepaket dengan tantangan yang dihadapi selain tantangan yang diatas telah dijelaskan juga terdapat tantangan dalam strategi pemasarannya, hal ini dijelaskan oleh Heny berikut ini penjelasannya:

“Penjualan secara *online* memiliki suatu kekurangan dan kendala, yang menjadi kekurangan ini adalah konsumen yang membeli itu dalam jumlah yang kecil jarang membeli dengan jumlah yang banyak, yang selanjutnya yang menjadi kendala adalah terkadang kurang tepat sasaran, dikarenakan orang yang pegang Hp itu bukan orang tua melainkan anak muda”²⁴

Dapat diketahui bahwa penjualan secara *online* memiliki suatu kekurangan dan kendala, yang menjadi kekurangan ini adalah konsumen yang membeli itu dalam jumlah yang kecil jarang membeli dengan jumlah yang banyak, yang selanjutnya yang menjadi kendala adalah terkadang kurang tepat

²³ Sunarya, *Konsumen Kripik Tette*, wawancara langsung, (Rabu, 21 Desember 2022)

²⁴ Heny, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

sasaran. Hal ini juga ada keluhan dari saudara heny pada saat musim hujan berikut wawancaranya:

“Pada saat musim hujan ini yang menjadi suatu kendala bagi kami dalam memproduksi kripiki, karena kripik tette ini dibuat secara tradisional/manual dan cara pengeringanpun masih secara alami yaitu dijemur pada terik matahari, tidak menggunakan pengering/mesin sehingga jika hujan ini menjadi kendala karena kripik tidak langsung kering”²⁵

Terdapat suatu kendala dalam memproduksi kripik tette pada saat musim hujan, karena dalam proses produksinya menggunakan dengan cara manual, serta pada saat musim hujan kripik yang diproduksi akan semakin lama keringnya. Keadaan ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan yang mana bahwa bagi pengusaha produksi kripik tette ini musim hujan sangat menjadi kendala karena pada musim hujan kripik tette yang diproduksi akan semakin lama keringnya dikarenakan proses pengeringan kripik tette ini dijemur bukan menggunakan mesin, sehingga ketika kripik yang diproduksi semakin lama keringnya akan semakin lama perputaran modalnya/proses penjualannya.

Selain itu juga terdapat penyampaian dari sunaideh yang semakin menguatkan berikut ini petikan wawancaranya:

“Terkait bahan baku yaitu singkong itu jarang mengalami kenaikan harga, cuman kemarin sempat naik harganya, sehingga ketika singkong/bahan baku naik kripik tettenya juga semakin naik sedikit akan tetapi dari segi kualitas tetapp bagus ”²⁶

Ketika bahan baku/singkongnya mengalami kenaikan harga, maka harga dari kripik tette juga mengalami sedikit kenaikan, penyampaian ini juga disampaikan oleh Juhai berikut ini hasil wawancaranya:

“Bahan baku untuk memproduksi kripik tette ini adalah singkong, singkong dari dulu harganya tetap stabil akan tetapi kemarin sempat mengalami kenaikan harga sehingga mau tidak mau harga dari kripik

²⁵ Heny, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

²⁶ Sunaideh, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

tetanya juga ikut naik, dan inilah menjadi salah satu tantangan untuk menjual kripik dengan harga yang lebih mahal”²⁷

Bahan baku/singkong ketika mengalami kenaikan harga akan berpengaruh terhadap kripik singkongnya yang pasti juga akan mengalami kenaikan harga, tentu hal ini menjadi salah satu kendala karena akan semakin berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Terdapat penyampaian yang sama oleh Juhai terkait kekurangan dan tantangan yang dihadapi dalam strategi penjualan secara langsung berikut ini hasil wawancaranya:

“Kekurangan dalam penjualan secara langsung itu adalah tidak bisa menjangkau pasar yang lebih luas”²⁸

Kekurangan atau tantangan dalam melakukan penjualan secara langsung adalah kurangnya jangkauan pasar yang lebih luas, selain itu juga terdapat kendala dalam melakukan promosi hal ini dijelaskan langsung oleh Asma berikut penjelasannya:

“tantangan yang dihadapi dalam melakukan promosi secara online adalah kurangnya pengetahuan untuk membuat konten yang bagus, kurangnya inovasi dalam melakukan promosi”²⁹

Terdapat suatu kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi penjualan kripik tette yaitu kurangnya konten yang mendukung dan juga kurangnya inovasi dan program promosi yang bagus.

²⁷ Juhai, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

²⁸ Juhai, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

²⁹ Asma, *Pengusaha Kripik Tette*, wawancara langsung, (Sabtu, 26 November 2022)

B. Temuan Penelitian

1 Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat

- a. Pemasaran yang dilakukan oleh salah satu pengusaha kripik tette menggunakan dengan dua cara yaitu menggunakan strategi pemasaran secara *online* dan *offline*.
- b. bahwa untuk menarik konsumen dilakukan dengan berbagai cara kalau dalam *online* melakukan tetsti terhadap kripik tette dengan membuat video rujak kripik tette menampilkan begitu renyahnya kripik tette yang dijual, kalau secara tradisionalnya menggunakan cara dengan memberikan bonus terhadap konsumen yang biasanya seikat isi 100 dengan harga Rp.10.000 menjadi seikat isi 115 dengan harga yang sama.
- c. Dapat diketahui bahwa untuk menarik konsumen dilakukan dengan berbagai cara kalau dalam *online* melakukan tetsti terhadap kripik tette dengan membuat video rujak kripik tette menampilkan begitu renyahnya kripik tette yang dijual selain itu produsen juga membuat pamflet menarik, kalau secara tradisionalnya menggunakan cara dengan memberikan bonus terhadap konsumen yang biasanya seikat isi 100 dengan harga Rp.10.000 menjadi seikat isi 115 dengan harga yang sama.
- d. Salah satu konsumen yang sudah berlangganan mengemukakan bahwa memang ada cita rasa khas tersendiri untuk kripik tette desa toronan, putri juga mengemukakan bahwa bukan hanya dari rasanya yang berbeda tapi dari segi bentuknya juga mempunyai ciri khas tersendiri.

- e. Terkait harga mengikuti harga pasar akan tetapi tetap dengan kualitas yang bagus, harga pasar yaitu satu iket isi 100 dengan harga Rp.10.000.

2 Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam

- a. Pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette ini mengedepankan suatu kebenaran dan kejujuran terhadap konsumen yang mana disini dapat kita lihat bahwa tetap memperjelas kualitas produk dengan harga yang jelas yang ditetapkan.
- b. Mengedepankan tanggung jawab yang dibebankan misalnya ketika ada pesanan banyak.
- c. Membangun komunikasi yang baik terhadap konsumen untuk terus bisa berkoordinasi terkait pesanan selain itu untuk terus menjaga tali silaturahmi antara penjual dan pembeli.
- d. Untuk pemasarannya sudah sesuai dengan persepektif ekonomi Islam yaitu menerapkan sifat jujur, amanah dan bertanggung jawab dalam setiap menerima pesanan dari konsumen baik yang berlanggan maupun konsumen baru tidak ada sifat membeda-bedakan satu sama lain.
- e. Pengusaha kripik tette juga mempunyai keberanian dalam memproduksi banyak mereka tidak takut rugi karna sudah mempunyai prinsip kalau yang namanya pengusaha tidak pas selalu untung selamanya pasti ada tantangan didalamnya
- f. Sangat paham atau pandai dalam memasarkannya jika secara langsung, tapi kalau secara online kebanyakan pasrah kepada anaknya karna tidak paham sosmed, selain pintar dalam memasarkannya juga pandai

dalam pembuatan produknya sehingga perharinya bisa memproduksi banyak.

3 Peluang Dan Tantangan Penerapan Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat

a. Peluang:

- 1) Pemasaran secara *online* memiliki beberapa manfaat atau peluang yang dihadapi diantaranya semakin bertambahnya konsumen dikarenakan semakin luasnya jangkauan pasar
- 2) Pemasaran secara langsung atau *offline* memiliki peluang yang sangat besar karena kebanyakan yang melakukan pembelian adalah konsumen/tengkulak meelakukan pembelian seacara besar
- 3) Pemasaran secara *online* memiliki peluang membuat Informasi Lebih Mudah Sampai Ke Pelanggan, Karena pemasaran *online* dijalankan melalui internet, maka informasi tentang update produk dapat lebih mudah didistribusikan ke pelanggan.

b. Kendala:

- 1) Tantangan dalam memproduksi kripik tette pada saat musim hujan karena akan semakin lama keringnya dikarenakan proses pengeringan kripik tette ini dijmur bukan menggunakan mesin
- 2) Terdapat suatu tantangan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi penjualan kripik tette yaitu kurangnya konten yang mendukung dan juga kurangnya inovasi dan program promosi yang bagus

- 3) Kekurangan atau tantangan dalam melakukan penjualan secara langsung adalah kurangnya jangkauan pasar yang lebih luas
- 4) Bahan baku/singkong ketika mengalami kenaikan harga akan berpengaruh terhadap kripik tettenya yang pasti juga akan mengalami kenaikan harga
- 5) Bahwa penjualan secara *online* memiliki suatu kekurangan dan kendala, yang menjadi kekurangan ini adalah konsumen yang membeli itu dalam jumlah yang kecil jarang membeli dengan jumlah yang banyak, yang selanjutnya yang menjadi kendala adalah terkadang kurang tepat sasaran

C. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Masyarakat

Singkong merupakan hasil bumi yang dapat diolah menjadi berbagai cemilan, baik itu cemilan basah ataupun kering, seperti kripik singkong misalnya. Kripik singkong pun memiliki bermacam variasi, ada yang berbentuk bundar, panjang bahkan ada yang dihaluskan dulu sebelum dijadikan kripik. Mungkin sudah banyak yang tahu bahwa kabupaten Pamekasan merupakan penghasil banyak cemilan termasuk rengginang dan kripik singkong. Namun, kripik singkong khas Pamekasan ini berbeda dengan kripik singkong yang biasa kita temui. Karena, cara membuatnya unik dan masih manual serta bentuknya juga unik, bentuknya itu pipih.

Dalam proses produksi kripik tette sangat memperhatikan bahan baku yang digunakan, yaitu singkongnya yang berkualitas bagus, serta cara pengolahannya yang benar untuk menjamin kualitas dari kripik tette, tidak perlu menggunakan bahan pengawet dan juga tidak memerlukan bahan pewarna makanan sehingga hal ini menjadikan kripik tette aman untuk dikonsumsi.

Kripik tette ini merupakan suatu produk khas pamekasan sehingga banyak dijumpai dipasar-pasar tradisional karena banyak orang yang memproduksi kripik tette, maka dari itu untuk bersaing dalam menjual kripik tette harus menggunakan strategi yang tepat dan baik. Strategi di artikan sebagai suatu proses dalam membuat rencana bahkan dalam menentukan rencana para pemilik usaha yang memiliki tujuan panjang yang ingin di capai.³⁰

Sedangkan pemasaran dilihat dari sudut pandang syariah adalah semua hal yang dioprasikan dalam kegiatan usaha berbentuk suatu kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang di landasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.³¹

Pemasaran yang efektif bisa dihasilkan melalui penetapan tujuan yang jelas dalam membidik sasaran tertentu untuk menjaga kelangsungan bisnis yang anda kembangkan dalam jangka waktu Panjang. Dengan demikian anda anda harus memastikan target pelanggan yang di inginkan untuk mengetahui strategi

³⁰ Husein Umar, *Strategic Management In Action* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002),32

³¹ Abdullah Amrin, *Strategi pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta : Grasindo, 2007),1

yang akan digunakan, tentu saja melalui pertimbangan anggaran dan Batasan waktu yang diperlukan.³²

Menjalankan suatu usaha secara baik itu menjadi suatu keharusan untuk bagaimana dalam mempertahankan bahkan dalam mengembangkan usaha apalagi dewasa ini begitu sengit persaingan dalam dunia usaha dengan demikian harapan supaya perusahaan atau usaha mikro maupun makro tidak terkikis oleh pesaing-pesaing yang semakin banyak. Dalam menjalankan usaha yang baik memiliki tujuan untuk bagaimana memberikan kemajuan, untuk mempertahankan usaha sehingga cara memasarkan suatu produk itu harus menjadi salah satu perhatian bagi setiap pengusaha. Pengusaha kripik tette di Desa Toronan dalam strategi pemasarannya menggunakan dengan dua cara yang pertama menggunakan strategi pemasaran secara *offline* dan *online*.

Menurut Strategi pemasaran *offline* yaitu proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli.³³ Biaya pemasaran *offline* tergolong mahal, dikarenakan kita harus lebih memperbanyak brosur, iklan, begitu juga dengan tenaga. Pemasaran yang luas mungkin tergolong sulit dikarenakan bersifat lokal.

Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette dalam menjual produknya menjual dengan cara tradisional yaitu cara *offline* cara ini tetap dilakukan karena suda ada beberapa pelanggan yang beli untuk dijual kembali, menjual kepada tengkulak dengan jumlah yang besar, selain itu juga masih menjual kepasar-pasar tradisional, serta memanfaatkan hubungan sosial sudah

³² Mukhtar Sayyid, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*, (Sidoarjo: Zifatama, 2020), 2-3.

³³ Dewi Nuraini dan Evianah, "Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline" *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* Volume 15, Nomor 2, Oktober 2019, . 232.

pasti bahwa disekitar lingkungan pasti ada masyarakat, disini kesempatan kita untuk menawarkan produk yang kita miliki kepada masyarakat tersebut, dan juga biasanya orang akan membicarakan produk kita jika kualitas produk kita baik sehingga hal ini menjadi suatu keuntungann bagi kita. Sedangkan strategi yang kedua melakukan penjualan secara *online* yaitu dengan memanfaatkan media sosial untuk lebih menjangkau pasar/konsumen yang lebih luas. Strategi pemasaran *online* adalah proses penjualan yang memanfaatkan media sosial, dengan menggunakan jaringan internet. Melakukan penjualan secara *online* karena ingin lebih menjangkau pasar yang lebih luas, karena tidak hanya menunggu orang datang kerumah untuk beli atau tidak hanya menjual dalam ruang lingkup pasar tradisonal.

Kegiatan pemasaran pada dasarnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan atas produknya. Beberapa kemungkinan itu dikumpulkan dalam 4 variable yang dikenal sebagai “4P” (*Product, Price, Place, Promotion*).

Pengusaha kripik tette di Desa Toronan dalam strategi pemasarannya telah menerapkan strategi *marketing mix* yang menggunakan variabel 4P yaitu *product, price, place, promotion*. Strategi *marketing mix* yang diterapkan juga sudah dilakukan dengan benar dan sesuai dengan teori yang ada. Seperti dari segi produk (*product*), kripik tette Desa toronan ini memiliki rasa khas dan varian bentuk yang membedakan dengan kripik tette lainnya. Dari segi harga (*price*) juga terjangkau sehingga dapat dipasarkan ke berbagai kalangan, produsen kripik tette di Desa

Toronan juga membedakan antara harga untuk tengkulak dan harga untuk konsumen biasa. Dari segi tempat (*place*), kripik tette khas Desa Toronan bisa dibeli langsung ke rumah produsen, di pasar, dan juga bisa melalui media sosial (*online*) sehingga pemasarannya tidak terpaku di satu tempat saja. Sedangkan dari segi promosi (*promotion*), promosi kripik tette khas Desa toronan ini menggunakan pamflet dan juga media sosial (*whatsapp, instagram, dan facebook*) sehingga bisa menjangkau konsumen lebih luas.

2. Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Dalam perspektif Ekonomi Islam

Pemasaran dalam perspektif ekonomi islam pasti ada nilai nilai pemasaran Syariah didalamnya diantara adalah benar (*siddiq*), nilai dasarnya dasarnya ialah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. Yang kedua terpercaya (*amanah*), Nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Yang ketiga komunikasi (*Tabligh*), Nilai dasarnya ialah komunikasi, dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, koordinasi, mempunyai kendali dan supervisi. Yang keempat cerdas (*fatonah*), Nilai dasarnya ialah memiliki pengetahuan luas, nilai bisnisnya ialah memiliki visi, pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, serta belajar berkelanjutan. Berani (*syaja'ah*), Nilai bisnisnya, mau dan mampu mengambil keputusan, menganalisis data, keputusan yang tepat, dan cepat tanggap.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kripik tette di desa toronan mengedepankan nilai kebenaran, yang mana dalam nilai kebenaran ini adalah mulai dari proses awal dari bahan baku sampai proses pencetakan itu menggunakan dan dilakukan dengan yang terbaik, serta juga dalam strategi pemasarannya juga mengedepankan kebenaran apa adanya kualitas kripik tette yang dijual. Hal ini sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Allah kepada setiap manusia yang beriman untuk terus berperilaku dan menerapkan kejujuran dan menciptakan lingkungan hidup yang penuh akan kejujuran. Seperti dalam Q.S Al-Maidah Ayat 119 berikut:

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمٌ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ، لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ، ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: “Allah berfirman: "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. Bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selamanya; Allah ridha terhadapNya. Itulah keberuntungan yang paling besar".(Q.S. Al-Maidah: 119)

Maksud dari ayat tersebut yaitu bahwa Allah akan meridhai perbuatan-perbuatan yang benar atau *siddiq* sehingga akan dibalas dengan kebaikan yang sangat besar di akhirat kelak. Sebagai umat muslim hendaknya berlaku jujur karena kejujuran dapat mendekatkan diri pada kebaikan dan kebaikan itu merupakan jalan menuju ke Surga. Semua hal yang dilakukan akan terasa lebih nyaman jika didasari dengan kejujuran.

Selain kejujuran, sifat amanah /terpercaya juga harus dimiliki oleh para pengusaha, yang mana sifat amanah ini juga dijalankan oleh pengusaha kripik tette, sifat amanah ini adalah terpercaya, bertanggung jawab hal ini dilakukan pada saat ada pesanan untuk kripik tette dengan waktu yang disepakati, hal ini di

prioritaskan dan ditepati sehingga kegiatan usaha yang dijalankan penuh dengan tanggung jawab karena dalam benak pebisnis muslim tersebut setiap perbuatan yang dilakukan selalu diawasi oleh Allah. Seperti dalam Q.S. An-Nisa' ayat 58 berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا لِمَا نَآتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ, إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ, إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*(Q.S. An-Nisa’:58)

Berdasarkan temuan penelitian yang peneliti lakukan baik melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dapat diketahui bahwa pengusaha kripik tette juga mengedepankan komunikasi yang baik, yang mana melakukan komunikasi lebih lanjut terhadap konsumen yang mempunyai pesanan banyak untuk terus bisa berkoordinasi. Pengusaha kripik tette juga mempunyai keberanian dalam memproduksi banyak mereka tidak takut rugi karna sudah mempunyai prinsip kalau yang namanya pengusaha tidak pas selalu untung selamanya pasti ada tantangan didalamnya.

Pengusaha kripik tette juga sangat paham atau pandai dalam memasarkannya jika secara langsung, tapi kalau secara online kebanyakan pasrah kepada anaknya karna tidak paham sosmed, selain pintar dalam memasarkannya juga pandai dalam pembuatan produknya sehingga perharinya bisa memproduksi banyak.

3. Peluang Dan Tantangan Penerapan Strategi Pemasaran Kripik Tette Khas Desa Toronan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Masyarakat

a. Peluang

Berbagai jenis tantangan dalam aktivitas Pemasaran dan Promosi, termasuk juga di balik itu terdapat peluang besar yang perlu dimanfaatkan. Hal ini mengingat kinerja perusahaan dapat meningkat bila pemasaran dan promosi produknya dikelola dengan baik, serta memahami perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemahaman akan siapa konsumen perusahaan, produk apa saja yang dibutuhkan konsumen saat ini, bagaimana pola penetapan harga yang tepat, bagaimana system distribusi dan penempatan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, serta strategi promosi yang bagaimana yang bisa efektif, ini la hal-hal menjadi driven, yang perlu dipikirkan oleh para produsen yang kesehariannya bergerak di bidang pemasaran, promosi dan selling.

Dalam usaha pasti terdapat suatu peluang , peluang yang didapatkan dari strategi penjualan secara online dengan menggunakan media sosial sehingga bisa menjangkau pasar semakin luas yang pada akhirnya memberikan dampak yang baik berpeluang mendatangkan konsumen yang lebih banyak. *Online marketing* dapat dilakukan diberbagai media seperti blog, *banner* (spanduk) yang bisa timbul saat kita membuka blog, *social networking* (media sosial seperti *facebook, instragram, twiter*, dan lain sebagainya), dan *e-mail*.

b. Tantangan atau kendala

Selain peluang dalam penjualan secara *online* secara offline juga memiliki peluang yaitu Penjualan secara langsung memiliki peluang yang sangat besaar

karena kebanyakan yang melakukan pembelian adalah konsumen/tengkulak melakukan pembelian secara besar.

Selain peluang Dalam menjalankan suatu usaha tidak terlepas dari yang namanya cobaan rintangan dan tantangan. Tidak terkecuali usaha produksi kripik tette ini juga mengalami suatu kendala atau tantangan ketika memproduksi pada saat musim hujan karena dalam proses produksinya menggunakan dengan cara manual, serta pada saat musim hujan kripik yang diproduksi akan semakin lama keringnya. Selain kendala dari hal itu juga kendala dari bahan baku Bahan baku/singkong ketika mengalami kenaikan harga akan berpengaruh terhadap kripik singkongnya yang pasti juga akan mengalami kenaikan harga, tentu hal ini menjadi salah satu kendala karena akan semakin berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

Terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette mengalami kendala atau Tantangan, Kendala atau tantangan dalam melakukan penjualan secara langsung adalah kurangnya jangkauan pasar yang lebih luas. Promosi menjadi bagian dari salah satu komponen dari strategi pemasaran. Adapun yang termasuk dalam kegiatan promosi adalah: periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut.³⁴

³⁴ Ibid.,16.