

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Industri Kripik Singkong Muris

1. Sejarah Industri Kripik Singkong Muris.

Industri Kripik Singkong Muris adalah sebuah tempat pembuatan kripik singkong yang berada di Jl. Raya Saronggi, Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur. Industri Kripik Singkong Muris pada awalnya dibangun oleh H. Rohawi pada tahun 2009. Hingga sampai saat ini Industri Kripik Singkong Muris menjadi tempat produksi kripik yang terus dikembangkan oleh istrinya yaitu Hj. Cici'. Konsep pembuatan kripik Singkong tidak di anggap sangat menguntungkan, karena pengusaha awalnya ingin meningkatkan pendapatan bisnisnya dengan menjual kripik langsung ke pengusaha lain. Karena itu, Hj. Cici' dan H. Rohawi mulai memproses kripik cepat yang menurutnya akan menghasilkan keuntungan lebih tinggi.

Banyaknya respon positif dari berbagai konsumen dan adanya peningkatan pendapatan yang berbeda dari sebelumnya membuat Hj. Cici' dan H. Rohawi terus memberikan inovasi terhadap usaha pengolahan kripik singkong selalu bertambah karena adanya pesanan yang tinggi dari para pelanggannya yang berada di berbagai daerah, meliputi Kota Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan, Surabaya dan sekitarnya. Di dalam mengolah singkong yang masih mentah kemudian akan diolah lanjutan menjadi kripik singkong yang sudah matang dimana pemilik usaha selalu memperhatikan cita rasa dari singkong itu sendiri, yaitu tidak

mencampur bahan-bahan kimia khusus makanan justru pemilik usaha menggunakan bahan-bahan yang alami dari alam untuk menghasilkan kripik singkong. Selain hal itu menyangkut semua prosedur pembuatan dilakukan melalui cara yang sederhana, yaitu memakai peralatan yang cukup simpel tanpa harus memakai mesin apapun dengan alasannya pemilik usaha yakin dengan memproduksi manual akan dapat menjaga kualitas dari kripik singkong yang bagus. Itulah kenapa para pembeli sangat banyak terdorong untuk berbelanja produk kripik singkong Muris hal ini lantaran cita rasa yang alami dan berbeda dari kripik singkong lainnya.

Dengan terus berjalannya waktu dan terus mengalami peningkatan permintaan kripik singkong, maka usaha yang dijalankan ibu Hj. Cici' dan suaminya saat ini sudah beralih ke pengolahan kripik singkong dan mendapatkan izin usaha. Di dalam Upaya membangun sebuah Industri Kripik Singkong Muris memiliki toko tersendiri dalam hal memasarkan kripik singkongnya tepat berada di depan pengerjaan kripik singkong yang benar-benar mendukung di dalam mempromosikan kripik singkongnya.

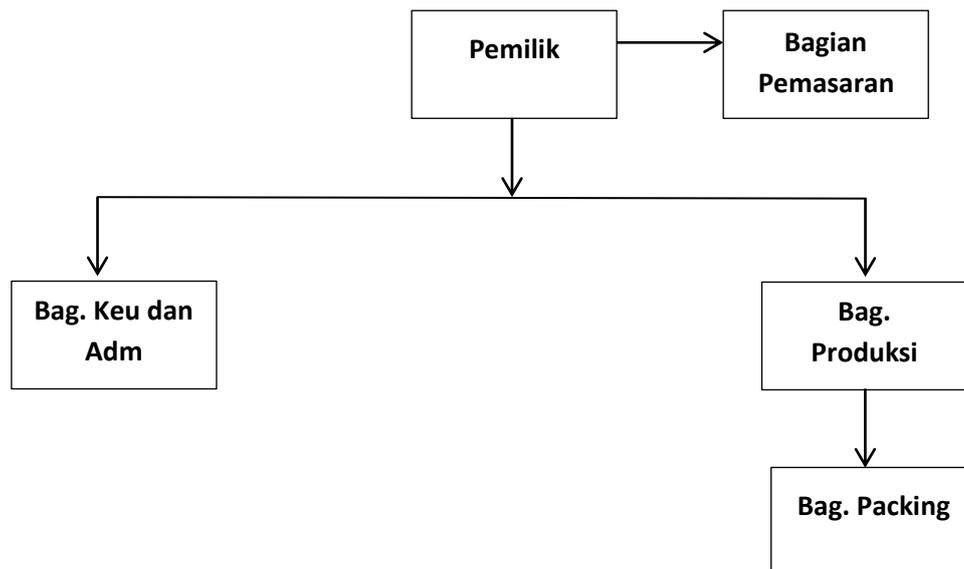
2. Struktur Organisasi.

Semua kegiatan harus dikoordinasikan dan diorganisasikan secara jelas untuk mencapai visi, misi dan tujuan organisasi. Prosedur pekerjaan yang tepat dapat memfasilitasi upaya organisasi untuk menggapai maksud dari sebuah perusahaan. Sistem dan pembagian kerja yang jelas memastikan bahwa semua elemen dalam organisasi bekerja bersama. Karena demikian, dibutuhkan susunan/strategi organisasi yang jelas

sehingga pembagian kerja dapat diorganisir sehingga terjadi aktifitas yang efektif dan efisien.

Industri Kripik Singkong Muris memiliki struktur organisasi yang membentuk lapisan top-down untuk mencapai visi, misi, dan tujuan. Ini dibentuk untuk pembagian yang benar dan jelas dari seluruh pembagian kerja. Setiap struktur memiliki tanggungjawab dan kekuatan, tetapi semua kekuatan dalam organisasi adalah milik pemilik, yang merupakan orang utama yang bertanggungjawab atas semua kegiatan dalam organisasi.

Struktur organisasi Industri Kripik Singkong Muris bisa diperhatikan di dalam rangka dibawah ini:¹



¹ Struktur organisasi di Industri Kripik Singkong Muris yang peneliti dapatkan langsung dari pemiliknya.

B. Paparan Data.

1. Strategi Pemasaran Kripik Singkong Muris

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan telah di temukan bahwa Industri Kripik Singkong Muris ini telah menjalankan *marketing mix* sesuai dengan teori yang dimana terdapat di dalam buku Buchari Alma bahwa “*marketing mix* merupakan strategi mencampurkan kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling maksimal”.

Dimana Industri Kripik Singkong Muris ini melakukan *marketing mix* nya dengan alat 4P yaitu *product, promotion, price* dan *place*.

a. *Product*.

Mengenai produk penulis menemukan bahwa Industri Kripik Singkong Muris ini melakukan perencanaan, pengembangan dan mengeluarkan produk-produk mereka dengan mengikuti ritme pasar. Contohnya Industri Kripik Singkong Muris selalu menghadirkan aneka macam rasa yang berbeda untuk dipasarkan di luar.

Setelah penulis melakukan observasi dan wawancara di lapangan, penulis mendapatkan keterangan dari salah satu karyawan di Industri Kripik Singkong Muris yang bernama Kismiyah. Ia menjelaskan tentang cara pengolahan kripik singkong Muris sebagai berikut:²

“Karena tugas saya disini adalah memotong singkong mentah, jadi biasanya kerjanya saya ya mengupas singkong itu dengan tipis-tipis seperti yang mbak ketahui di kemasan kripiknya. Saya sama yang lain menggunakan alat sederhana, alat pemotong singkong dengan memarut singkong yang sudah dikupas itu. Setelah itu singkong yang sudah dijadikan tipis-tipis itu lalu dicuci menggunakan air bersih yang mengalir. Terus setelah diiris kemudian kita jemur sekitar 3-4 hari tergantung cuacanya jua. Selanjutnya ada yang kerja untuk penggorengan sampai ke tahap pemasangan bumbu

² Wawancara dengan Kismiyah, karyawan Kripik Singkong Muris



Proses pengemasan kripik Singkong Muris yang dilakukan oleh karyawan disana

Keterangan diatas kemudian dilanjutkan oleh Ani, salah satu karyawan yang biasanya bertugas untuk menggoreng singkong yang sudah diiris tipis-tipis. Ia mengungkapkannya sebagai berikut:³

“Itu kripik digoreng setelah diiris tipis-tipis mbak. Kami pastikan penggorengan sampai membuat kripik itu krenyes atau apa ya, renyah gitu. Nah setelah digoreng, kami gabungkan kripik untuk kemudian dikasih bumbu. Saat pembumbuan itu sangat simpel, kami tinggal menaruh di satu toples kemudian kami aduk toples itu sampai bumbunya menyatu dengan kripik singkong itu”

Berdasarkan uraian diatas, proses pembuatan kripik singkong Muris masih menggunakan tehnik yang simpel tanpa menggunakan bantuan mesin. Cara ini dilakukan dengan maksud supaya menjaga kualitas kemurnian dari kripik singkong itu sendiri. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh pemilik industri ini yaitu tidak menghilangkan cita rasa kripik asli yang dibuatnya.

Tahap selanjutnya yaitu tahap pengemasan. Penulis mendapatkan informasi tersebut dari Kismiyah yang mengatakan sebagai berikut:⁴

“Setelah digoreng dan dikasih bumbu, biasanya kripik singkong itu ditaruk di atas wajan berukuran besar. Lalu saya dan yang lain menaruhnya dalam kemasan yang ukurannya beda-beda. Ada yang ukuran besar dan ada juga yang ukurannya kecil.”

³ Wawancara dengan Ani, salah satu karyawan Kripik Singkong Muris

⁴ Wawancara dengan Kismiyah, karyawan Kripik Singkong Muris

Pada tahap ini, proses pengemasan hanya dilakukan dengan menggunakan kemasan yang cukup sederhana, yaitu menggunakan plastik transparan yang sudah dikasih nama produk serta jenis rasa kripik singkongnya. Selain itu, proses pembumbuan yang masih menggunakan teknik sederhana dilakukan cupaya cita rasa singkongnya tidak hilang. Sehingga sampai tahap akhir, pihak pengelola Kripik Singkong Muris masih konsisten menggunakan teknik sederhana dengan maksud menjaga kemurnian singkong itu sendiri. Selain itu, penggunaan plastik transparan dalam pengemasan produk Kripik Singkong Muris bertujuan supaya para konsumen bisa langsung melihat kualitas produk ini.

Berdasarkan keterangan dari narasumber, penulis menyimpulkan bahwa proses pembuatan produk Kripik Singkong Muris tetap mempertahankan teknik sederhana. Mulai dari awal pengirisan singkong sampai tahap penggorengan, tidak ada yang menggunakan mesin. Para pekerja hanya menggunakan cara-cara tradisional untuk mengolah Kripik Singkong Muris. Namun ada hambatan yang pemilik alami ketika proses pembuatan Kripik Singkong Muris, yaitu proses penjemuran yang sangat lama. Setelah proses pengirisan selesai, para pekerja harus menunggu 2-3 hari untuk menjemur kripik singkong tersebut. Bahkan jika cuaca mendung bisa menunggu selama 5 hari penjemuran.

b. *Promotion.*

Pada bagian ini akan menjelaskan strategi promosi yang dilakukan pihak manajemen industri Kripik Singkong Muris dalam memasarkan produknya di berbagai wilayah. Terkait hal ini, penulis mendapatkan informasi dari Bagas, salah satu anak dari pemilik Industri Kripik Singkong Muris yang juga ikut memasarkan produk orang tuanya itu:⁵

“Untuk proses pemasaran kami memanfaatkan beberapa agen yang telah kami ajak kerjasama. Mulai dari toko kelontong Madura hingga swalayan

⁵ Wawancara dengan Bagas, anak dari pemilik Kripik Singkong Muris

dengan skala besar. Tentu kami juga menyiapkan tim untuk mengantarkan produk-produk ini ke tempat yang kami jadikan objek pemasaran. Dan alhamdulillah sampai saat ini, produk kami sudah ada di seluruh wilayah Madura, bahkan sudah sampai di wilayah Surabaya dan sekitarnya”

Selain dilakukan pemasaran secara langsung, Bagas juga menambahkan keterangannya bahwa Kripik Singkong Muris juga dipasarkan melalui media sosial:⁶

“Selain itu, kami juga mencoba untuk memasarkan lewat media sosial. Tentu kami berharap adanya media sosial ini bisa menjangkau konsumen dari wilayah yang berada di luar Madura. Kami sebar lewat Facebook, Instagram, dan medsos lainnya”

Berdasarkan uraian diatas, para pengelola Kripik Singkong Muris telah memanfaatkan adanya media sosial untuk dijadikan sebagai salah satu alat promosi produknya. Hal tersebut dilakukan dengan maksud untuk menjangkau konsumen yang berada di luar pulau Madura, khususnya mereka yang ada di pulau Jawa. Ada beberapa media sosial yang digunakan oleh tim marketing dalam memasarkan produk kripik singkong, antara lain yaitu Instagram, Facebook, dan WhatsApp



Potret promosi Kripik Singkong Muris di Facebook

⁶ Wawancara dengan Bagas, anak dari pemilik Kripik Singkong Muris



Potret media sosial Instagram Kripik Singkong Muris



Potret promosi Kripik Singkong Muris di WhatsApp



Wawancara dengan salah satu pemilik toko kelontong di daerah Kabupaten Sumenep yang menjual produk Kripik Singkong Muris

Selanjutnya, H. Rohawi selaku pemilik Industri Kripik Singkong Muris menambahkan keterangan sebagai berikut:⁷

“Rencana saya selanjutnya, di Jakarta kan ada banyak orang Madura yang buka toko disana. Nah saya berencana untuk memasarkan produk kami ke mereka supaya dijual disana. Kan lumayan pemasaran kami lebih jauh lagi sampai ke Jakarta. Kami manfaatkan nanti ada travel yang setiap hari berangkat ke Jakarta. Bisa saja kami titipkan produk kami untuk dikirimkan ke toko-toko yang ada di Jakarta sana”

Berdasarkan uraian diatas, penulis menganggap bahwa manajemen pemasaran dari Industri Kripik Singkong Muris sangat efektif. Apalagi dengan adanya rencana penyaluran produk ke toko-toko yang ada di Jakarta merupakan potensi yang bisa dimanfaatkan untuk menambah nilai jual dari produk Kripik Singkong Muris.

Berdasarkan semua hasil wawancara diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa usaha mempromosikan produk Kripik Singkong Mutis sudah dilakukan dalam dua media promosi, yaitu melalui offline maupun online. Proses ini dilakukan dengan maksud untuk menjangkau konsumen dari banyak wilayah. Namun hambatan yang seringkali dialami dalam tahapan ini yaitu masih minimnya pembuat konten. Model promosi yang mereka gunakan rata-rata hanya menggunakan foto produk yang sudah dikemas tanpa membuat sebuah desain grafis yang bisa menjangkau minat calon konsumen.

c. *Price*

Industri Kripik Singkong Muris menentukan harga di setiap produknya dengan cara memperhitungkan dengan baik dan yang pasti Industri Kripik Singkong Muris ini tidak mengambil keuntungan yang berkali-kali lipat. Terkait penentuan harga, H. Rohawi selaku pemilik Kripik Singkong Muris menjelaskan sebagai berikut:⁸

⁷ Wawancara dengan H. Ruhawi, pemilik Kripik Singkong Muris

⁸ Wawancara dengan H. Ruhawi, pemilik Kripik Singkong Muris

“Masalah harga disini saya menyesuaikan dengan kondisi kantong orang Madura. Jadi ada produk yang kami jual hanya dengan harga 5 ribu rupiah Dan yang paling mahal itu tidak sampai 15 ribu. Murah kan?”

Berdasarkan uraian diatas, H. Rohawi selaku pemilik Kripik Singkong Muris menentukan harga dengan menyesuaikan kondisi ekonomi konsumennya yang rata-rata adalah ekonomi menengah ke bawah. Sehingga produk yang ia jual mulai dari harga 5 ribu hingga 15 ribu rupiah.



Potret Produk Kripik Singkong Muris yang dijual dengan beraneka ragam rasa

Setelah penulis melakukan observasi di lapangan, maka penulis menyimpulkan bahwa nominal atau harga dari produk Kripik Singkong Muris sesuai dengan jumlah kadar kripik yang dikemas. Harga paling murah yaitu 5 ribu rupiah tentu kemasan produk yang didapatkan juga kecil. Dan rata-rata produk jenis yang yang paling banyak ditemukan pada beberapa toko atau swalayan yang ada di Kabupaten Sumenep. Namun terkait hambatan yang dialami oleh pemilik yaitu para konsumen ternyata hanya mengetahui produk dengan nominal harga yang sudah dijelaskan diatas. Padahal pihak Kripik Singkong Muris telah menyiapkan ukuran per-*bal* dengan jumlah kripik yang banyak pula.

d. *Place*

Memilih dan mengelola tempat yang strategis hal yang paling di utamakan dalam mendirikan suatu usaha. Hal ini juga yang di lakukan oleh pemilik Industri Kripik Singkong Muris. Industri ini justru mengambil lokasi pengolahan produk kripiknya yaitu di rumahnya sendiri. Namun dalam aspek pemasaran, tentu Kripik Singkong Muris sudah melakukannya dengan baik.

Penulis mencoba mewawancarai salah satu konsumen Kripik Singkong Muris yang bernama Anis. Penulis menanyakan terkait jangkauan ketersediaan produk yang bisa dijangkau para konsumen. Sehingga jawaban dari narasumber sebagai berikut:⁹

“letak Industri Kripik Singkong Muris ini udah strategis karena letaknya dipinggir jalan raya Kecamatan Saronggi. Apalagi kita seringkali menemukan produk ini di semua took yang tersebar di Sumenep.”



Lokasi tempat dimana produksi sekaligus penjualan Kripik Singkong Muris yang berada di Kecamatan Saronggi

Berdasarkan uraian diatas, Anis selaku konsumen Kripik Singkong Muris menganggap bahwa keberadaan produk Kripik Singkong Muris sangat mudah didapatkan. Sebagian produk ini sudah bisa di dapatkan di seluruh toko atau swalayan yang ada di Kabupaten Sumenep. Selain itu, lokasi industri Kripik

⁹ Wawancara dengan Anis, salah satu konsumen Kripik Singkong Muris

Singkong Muris yang berada di pinggi jalan raya di Kecamatan Saronggi dinilai sangat mudah untuk ditemukan.

Setelah mendengar penjelasan dari salah satu konsumen dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, maka pada bagian ini penulis menyimpulkan bahwa keberadaan produk Kripik Singkong Muris sangat mudah didapatkan. Para konsumen bisa mendapatkan produk ini di beberapa toko atau swalayan yang ada di Kabupaten Sumenep. Jika masyarakat yang ingin membeli produk dengan skala besar, mereka justru langsung mendatangi lokasi pembuatan Kripik Singkong Muris yang berada di pinggir jalan raya Kecamatan Saronggi. Ditambah lagi, lokasi pengolahan Kripik Singkong Muris juga bersampingan dengan Koramil Kecamatan Saronggi dan pasar rakyat.

2. Hambatan Pemasaran Kripik Singkong Muris

Setelah melalui proses wawancara dengan pemilik Kripik Singkong Muris, maka penulis merangkum ke dalam 3 hambatan pemasaran yang dialami oleh Kripik Singkong Muris:

a. Proses pembuatan yang begitu lama

H. Rohawi selaku pemilik Kripik Singkong Muris menjelaskan sebagai berikut:¹⁰

“Masalah pembuatan produk kita lamanya di bagian penjemuran mbak. Jadi ketika cuaca normal biasanya butuh waktu sekitar 2-3 hari. Tapi kalau cuaca mendung kadang sampai seminggu. Ya antara 5-7 hari lah”

Berdasarkan keterangan diatas, pemilik Kripik Singkong Muris menjelaskan bahwa waktu pembuatan kripik singkong harus memakan waktu yang cukup lama. Setelah proses pengirisan singkong, tahap selanjutnya yaitu proses pengeringan. Tahap ini ternyata memakan waktu 2-3 hari ketika cuaca

¹⁰ Wawancara dengan H. Rohawi, pemilik Kripik Singkong Muris

normal. Sementara ketika cuaca mendung harus memakan waktu sekitar 5-7 hari.

Setelah mendapatkan informasi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa proses pembuatan Kripik Singkong Muris masih kurang efektif. Terlihat dari proses pengerjaannya yang cukup lama membuat produksi kripik singkong akan mengalami kendala pemasaran.

b. Minimnya SDM desain grafis

H. Rohawi selaku pemilik Kripik Singkong Muris menjelaskan sebagai berikut:

“Tim kami belum ada orang yang ahli desain. Jadi setiap pemasaran produk ke sosmed itu hanya pakai foto produk yang sudah dibungkus itu mbak”¹¹

Berdasarkan keterangan diatas, pemilik Kripik Singkong Muris merasa bahwa masih minimnya sumber daya manusia di bidang desain grafis. Sehingga dalam proses pemasaran produk, khususnya di media sosial, masih menggunakan foto produk yang sudah dibungkus dalam sebuah kemasan.

Setelah mendengar keterangan diatas, penulis menyimpulkan bahwa strategi promosi di media sosial yang dilakukan oleh tim Kripik Singkong Muris masih kurang efektif. Hal tersebut dinilai tidak akan memberikan nilai jual lebih atau hal menarik yang membuat para calon konsumen tertarik untuk membeli produk Kripik Singkong Muris

c. Persaingan Produk Kripik Singkong

H. Rohawi selaku pemilik Kripik Singkong Muris menjelaskan sebagai berikut:

“Saat ini kita menghadapi tantangan persaingan pasar yang sangat banyak. Ada salah satu pabrik juga di Manding yang pemasarannya

¹¹ Wawancara dengan H. Rohawi, pemilik Kripik Singkong Muris

juga lumayan masih. Jadi kami harus lebih semangat lagi untuk memasarkan produk ini”¹²

Berdasarkan uraian diatas, pemilik Kripik Singkong Muris merasa bahwa persaingan penjualan kripik singkong di Madura, khususnya di Kabupaten Sumenep masih sangat tinggi. H. Rohawi selalu memotivasi diri untuk bisa menghasilkan produk yang nantinya banyak disukai oleh para calon konsumen

Setelah mendengar keterangan diatas, penulis menilai bahwa persaingan produksi kripik singkong menjadi perhatian lebih bagi para tim ataupun pemilik Kripik Singkong Muris. Jika mereka tidak memiliki inovasi yang memunculkan identitas dan ciri khas dari suatu produk, maka calon konsumen semakin hari akan semakin menurun.

C. Temuan Penelitian.

1. Proses pembuatan Kripik Singkong Muris memakan waktu yang sangat lama ketika saat penjemuran. Proses tersebut memakan waktu sekitar 2-3 hari penjemuran dalam kondisi cuaca normal. Jika cuaca sedang mendung, proses penjemuran kripik singkong bisa memakan waktu sekitar 5-7 hari.
2. Minimnya sumber daya manusia di bidang desain grafis sehingga pemasaran produk masih menggunakan foto produk yang sudah dikemas.
3. Persaingan penjualan kripik singkong yang ada di Madura, khususnya di Kabupaten Sumenep, sangat ketat. Sehingga Kripik Singkong Muris dituntut untuk selalu aktif mempromosikan produknya di media sosial.

D. Pembahasan.

Dalam bab pembahasan ini, akan disajikan beberapa topik yang sesuai dengan temuan penelitian. Pengamatan dan wawancara dilakukan untuk

¹² Wawancara dengan H. Rohawi, pemilik Kripik Singkong Muris

mengumpulkan data. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing mix* dalam industri Kripik Singkong Muris.

1. Strategi Pemasaran Kripik Singkong Muris.

Philip Kotler dan AB Susanto memberikan definisi pemasaran adalah “Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”. Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.¹³

Jadi, menurut pemahaman penulis pemasaran adalah cara atau strategi-trategi atau seni berbisnis yang dilakukan oleh suatu badan usaha untuk menawarkan produknya dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen melalui barang atau jasa yang ditawarkan, serta memperkenalkan produk yang diproduksinya. Karena tanpa pemasaran maka suatu produk yang dibuat oleh suatu perusahaan tidak dapat diketahui oleh masyarakat, untuk itu suatu perusahaan atau badan usaha perlu melakukan pemasaran semaksimal mungkin. Konsep pemasaran menggagas bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan

¹³ Warren J Keegan, *Manajemen Pemasaran Global*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 56

mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Tujuan pemasaran adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata telah terbukti tidak berhasil mengatasi berbagai persoalan, karena adanya perubahan dalam ciri-ciri pasar dewasa ini yang cenderung berkembang. Perubahan tersebut terjadi antara lain karena penambahan jumlah penduduk, penambahan daya beli, peningkatan dan meluasnya hubungan atau komunikasi, perkembangan teknologi, dan perubahan faktor lingkungan pasar lainnya. Kotler mengemukakan bahwa pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.¹⁴

Para pengelola Kripik Singkong Muris telah memanfaatkan adanya media sosial untuk dijadikan sebagai salah satu alat promosi produknya. Hal tersebut dilakukan dengan maksud untuk menjangkau konsumen yang berada di luar pulau Madura, khususnya yang ada di pulau Jawa. Ada beberapa media sosial yang digunakan oleh tim marketing dalam memasarkan produk kripik singkong, antara lain yaitu Instagram, Facebook, dan WhatsApp.

Untuk promosi offline, pihak Industri Kripik Singkong Muris memanfaatkan agen toko kelontong Madura serta swalayan dengan skala

¹⁴ Suwarsono dan Lukia Zuraida, *Manajemen Pemasaran Global*, (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan percetakan (UUP)nAMP YKPN, 2012), 98

besar untuk dijadikan objek sasaran. Mereka mengadakan Kerjasama untuk saling mendapatkan keuntungan dalam proses penjualan kripik Singkong Muris. Pemilik meyakini bahwa produk yang dibuatnya memiliki ciri khas rasa yang unik dan cocok di lidah para konsumennya. Alhasil, beliau sukses memasarkan produk di seluruh wilayah Madura (mulai dari Sumenep, Pamekasan, Sampang, dan Bangkalan), serta beberapa daerah di Surabaya dan sekitarnya. Selain itu, pemilik industri Kripik Singkong Muris juga merencanakan akan memasarkan produknya kepada toko kelontong Madura yang ada di Jakarta.

Selanjutnya yaitu melalui jalur online. Pihak manajemen telah memasarkan Kripik Singkong Muris melalui media social seperti Instagram, Facebook, dan media social lainnya. Cara ini dilakukan dengan maksud untuk bisa menjangkau pelanggan atau konsumen baru yang berasal dari wilayah luar Pulau Madura.

Penulis menganggap bahwa manajemen pemasaran dari Industri Kripik Singkong Muris sangat efektif. Apalagi dengan adanya rencana penyaluran produk ke toko-toko yang ada di Jakarta merupakan potensi yang bisa dimanfaatkan untuk menambah nilai jual dari produk Kripik Singkong Muris.

a. Product

Proses pembuatan kripik singkong Muris masih menggunakan tehnik yang simpel tanpa menggunakan bantuan mesin. Cara ini dilakukan dengan maksud supaya menjaga kualitas kemurnian dari kripik singkong itu sendiri. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan

oleh pemilik industri ini yaitu tidak menghilangkan cita rasa kripik asli yang dibuatnya. Pada tahap pengemasan, proses pengemasan hanya dilakukan dengan menggunakan kemasan yang cukup sederhana, yaitu menggunakan plastik transparan yang sudah dikasih nama produk serta jenis rasa kripik singkongnya. Selain itu, proses pembumbuan yang masih menggunakan teknik sederhana dilakukan supaya cita rasa singkongnya tidak hilang. Sehingga sampai tahap akhir, pihak pengelola Kripik Singkong Muris masih konsisten menggunakan teknik sederhana dengan maksud menjaga kemurnian singkong itu sendiri. Selain itu, penggunaan plastik transparan dalam pengemasan produk Kripik Singkong Muris bertujuan supaya para konsumen bisa langsung melihat kualitas produk ini.

Berdasarkan keterangan dari narasumber yang telah dibahas pada sub bab sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa proses pembuatan produk Kripik Singkong Muris tetap mempertahankan teknik sederhana. Mulai dari awal pengirisan singkong sampai tahap penggorengan, tidak ada yang menggunakan mesin. Para pekerja hanya menggunakan cara-cara tradisional untuk mengolah Kripik Singkong Muris. Namun ada hambatan yang pemilik alami ketika proses pembuatan Kripik Singkong Muris, yaitu proses penjemuran yang sangat lama. Setelah proses pengirisan selesai, para pekerja harus menunggu 2-3 hari untuk menjemur kripik singkong tersebut. Bahkan jika cuaca mendung bisa menunggu selama 5 hari penjemuran.

b. Promotion

Para pengelola Kripik Singkong Muris telah memanfaatkan adanya media sosial untuk dijadikan sebagai salah satu alat promosi produknya. Hal tersebut dilakukan dengan maksud untuk menjangkau konsumen yang berada di luar pulau Madura, khususnya mereka yang ada di pulau Jawa. Ada beberapa media sosial yang digunakan oleh tim marketing dalam memasarkan produk kripik singkong, antara lain yaitu: Instagram, Facebook, dan WhatsApp.

Berdasarkan semua hasil wawancara diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa usaha mempromosikan produk Kripik Singkong Mutis sudah dilakukan dalam dua media promosi, yaitu melalui offline maupun online. Proses ini dilakukan dengan maksud untuk menjangkau konsumen dari banyak wilayah. Namun hambatan yang seringkali dialami dalam tahapan ini yaitu masih minimnya pembuat konten. Model promosi yang mereka gunakan rata-rata hanya menggunakan foto produk yang sudah dikemas tanpa membuat sebuah desain grafis yang bisa menjangkau minat calon konsumen.

c. Price

Setelah penulis melakukan observasi di lapangan, maka penulis menyimpulkan bahwa nominal atau harga dari produk Kripik Singkong Muris sesuai dengan jumlah kadar kripik yang dikemas. Harga paling murah yaitu 5 ribu rupiah tentu kemasan produk yang didapatkan juga kecil. Dan rata-rata produk jenis yang yang paling banyak ditemukan pada beberapa toko atau swalayan yang ada di

Kabupaten Sumenep. Namun terkait hambatan yang dialami oleh pemilik yaitu para konsumen ternyata hanya mengetahui produk dengan nominal harga yang sudah dijelaskan diatas. Padahal pihak Kripik Singkong Muris telah menyiapkan ukuran *per-bal* dengan jumlah kripik yang banyak pula.

d. Place

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, Anis selaku konsumen Kripik Singkong Muris menganggap bahwa keberadaan produk Kripik Singkong Muris sangat mudah didapatkan. Sebagian produk ini sudah bisa di dapatkan di seluruh toko atau swalayan yang ada di Kabupaten Sumenep. Selain itu, lokasi industri Kripik Singkong Muris yang berada di pinggir jalan raya di Kecamatan Saronggi dinilai sangat mudah untuk ditemukan.

Setelah mendengar penjelasan dari salah satu konsumen dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, maka pada bagian ini penulis menyimpulkan bahwa keberadaan produk Kripik Singkong Muris sangat mudah didapatkan. Para konsumen bisa mendapatkan produk ini di beberapa toko atau swalayan yang ada di Kabupaten Sumenep. Jika masyarakat yang ingin membeli produk dengan skala besar, mereka justru langsung mendatangi lokasi pembuatan Kripik Singkong Muris yang berada di pinggir jalan raya Kecamatan Saronggi. Ditambah lagi, lokasi pengolahan Kripik Singkong Muris juga bersampingan dengan Koramil Kecamatan Saronggi dan pasar rakyat.

Berdasarkan semua hasil wawancara diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa usaha mempromosikan produk Kripik Singkong Muris sudah dilakukan dalam dua media promosi, yaitu melalui offline maupun online. Proses ini dilakukan dengan maksud untuk menjangkau konsumen dari banyak wilayah. Namun hambatan yang seringkali dialami dalam tahapan ini yaitu masih minimnya pembuat konten. Model promosi yang mereka gunakan rata-rata hanya menggunakan foto produk yang sudah dikemas tanpa membuat sebuah desain grafis yang bisa menjangkau minat calon konsumen.

Cara ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Lupiyoadi dan Hamdani yang menyebut bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memasarkan atau mempromosikan suatu produk, yaitu:¹⁵

- a. Iklan (*Advertising*)
- b. Penjualan perorangan (*personal selling*)
- c. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- d. Hubungan Masyarakat (*public relation*)
- e. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)
- f. Surat pemberitahuan langsung (*direct mail*).

2. Hambatan Pemasaran Kripik Singkong Muris.

Strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan superior, serta memiliki nilai yang berbeda untuk mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan ujung tombak dari

¹⁵ Dhruv Grewal dan Michael Levy, *Marketing*, (Jakarta: Includes Index, 2012), 22

strategi yang diterapkan di sebuah perusahaan. 10 Strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Selain itu strategi yang telah dijalankan harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi saat ini.

Faktor lingkungan yang dianalisa dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan. Sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi dan pelayanan.

Setelah melakukan observasi, penulis mendapatkan beberapa hambatan yang dialami oleh pemilik Kripik Singkong Muris, antara lain sebagai berikut:

1. Proses pembuatan Kripik Singkong Muris memakan waktu yang sangat lama ketika saat penjemuran. Proses tersebut memakan waktu sekitar 2-3 hari penjemuran dalam kondisi cuaca normal. Jika cuaca

sedang mendung, proses penjemuran kripik singkong bisa memakan waktu sekitar 5-7 hari.

2. Minimnya sumber daya manusia di bidang desain grafis sehingga pemasaran produk masih menggunakan foto produk yang sudah dikemas.
3. Persaingan penjualan kripik singkong yang ada di Madura, khususnya di Kabupaten Sumenep, sangat ketat. Sehingga Kripik Singkong Muris dituntut untuk selalu aktif mempromosikan produknya di media sosial.